

Держава та регіони

Серія:
Економіка та підприємництво
2023 р., № 1 (127)



Науково-виробничий журнал

Голова редакційної ради: О. В. Покатаєва,
доктор економічних наук, доктор юридичних наук, професор

Головний редактор:
О. І. Трохимець, доктор економічних наук, професор

Редакційна колегія:

К. М. Жиленко, доктор економічних наук, доцент
О. В. Козирєва, доктор економічних наук, професор
Г. Ю. Кучерова, доктор економічних наук, професор
С. П. Кучин, доктор економічних наук, професор
Н. Г. Метеленко, доктор економічних наук, професор
І. М. Ненно, доктор економічних наук, доцент
А. А. Олешко, доктор економічних наук, професор
М. М. Фесенко, доктор економічних наук, професор
В. О. Ткач, доктор економічних наук, доцент
С. М. Халатур, доктор економічних наук, професор
Н. С. Шалімова, доктор економічних наук, професор
Н. В. Якименко-Терещенко, доктор економічних наук, професор

Іноземні члени редакційної колегії:

Аміт Кумар, доктор фінансів, доцент (м. Лакнау, Індія)
Ян Польцин, доктор економічних наук, професор (м. Піла, Польща)
Anna Sobczyk-Kolbuch, Ph.D., Associate Professor (Katowice, Poland)

Технічний редактор: О. В. Петрова
Дизайнер обкладинки: Я. В. Зоська

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України
в галузі економічних наук (Категорія «Б»)
на підставі Наказу МОН України
від 17 березня 2020 року № 409 (Додаток № 1).
Галузь науки: економічні.

Спеціальності: 051 – Економіка; 071 – Облік і оподаткування;
072 – Фінанси, банківська справа та страхування; 073 – Менеджмент;
075 – Маркетинг; 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність;
292 – Міжнародні економічні відносини.

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index
Copernicus International (Республіка Польща)

Усі права захищені. Повний або частковий передрук і переклади
дозволено лише за згодою автора і редакції.

При передрукуванні посилання на журнал "Держава та регіони."
Серія: Економіка та підприємництво" обов'язкове.

Редакція не обов'язково поділяє думку автора і не відповідає
за фактичні помилки, яких він припустився.

Редакція залишає за собою право редагувати та скорочувати
авторські оригінали, в тому числі змінювати назву та рубрикацію.
В статтю можуть вноситися зміни редакційного характеру
без згоди автора (авторів).

Засновник:

Класичний приватний університет
Свідоцтво Державного комітету
інформаційної політики, телебачення
та радіомовлення України про державну
реєстрацію друкованого засобу
масової інформації
Серія КВ No 14178-3149 ПР від 24.04.2008 р.

Видавець:

Класичний приватний університет
Свідоцтво Державного комітету
інформаційної політики, телебачення
та радіомовлення України
про внесення суб'єкта видавничої справи до
Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 3321 від 25.11.2008 р.

Журнал ухвалено до друку вченою радою
Класичного приватного університету
22.03.2023 р., протокол № 8

Адреса редакції:

Класичний приватний університет
69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70Б.
Телефон: +38 (050) 050 2012
Електронна пошта: ebitda@helvetica.ua
Офіційний сайт:
www.econom.stateandregions.zp.ua

Підписано до друку 24.03.2023
Формат 60×84/8. Ризографія. Тираж 300 пр.
Замовлення № 0423/245.



Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»
69002, Україна, м. Запоріжжя,
вул. Олександрівська, 84, оф. 414
Телефони: +38 (095) 934 48 28,
+38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 7623 від 22.06.2022 р.

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Покорчак С.А., Хома І.Б.
БІЗНЕС-СТРУКТУРИ –
ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ..... 6

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Чала В.С.
ПОВОЄННА РОЗБУДОВА В УКРАЇНІ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ:
ОСНОВНІ СЦЕНАРІЇ..... 12

Shevchenko Iryna, Imnadze Iraklii
MECHANISM OF GLOBAL MARKETS:
DEVELOPMENT, FUNCTIONING AND TRENDS 19

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Бобровська О.Ю.
КОНЦЕПТУАЛЬНІ СКЛАДОВІ ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ
КОРПОРАТИВНОГО СПОСОБУ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ
В ЕКОНОМІЧНИХ І СОЦІАЛЬНИХ СИСТЕМАХ..... 25

Горбаченко С.А., Клевцєвич Н.А.
МОЖЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ НА ЗАСАДАХ ЦИРКУЛЯРНOSTІ
В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ 35

Шелеметьєва Т.В., Трохимець О.І., Тюха М.Д.
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ
В СУЧАСНИХ УМОВАХ: ДОСВІД НІМЕЧЧИНИ..... 41

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Багорка М.О., Кадирус І.Г.
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ
АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА..... 52

Батюк Р.Б.
ОЦІНКА ФАКТОРІВ ВПЛИВУ
НА РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ..... 60

Македон В.В., Байлова О.О.
ОЦІНКА ВИТРАТНИХ СКЛАДОВИХ
ТА ІНВЕСТИЦІЙНИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВ
РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ..... 68

Халахур Ю.Л., Клименко Л.В.
НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
У ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА..... 77

<i>Шатіло О.В.</i> ДОКТРИНАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ.....	82
<i>Шумкова В.І.</i> УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ.....	87
<i>Шумкова О.В.</i> ІНТЕГРОВАНА СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В МІЖНАРОДНОМУ МАРКЕТИНГУ.....	93

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

<i>Діденко І.О., Холявко Н.І.</i> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ.....	98
--	----

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

<i>Атаманчук Ю.М.</i> МОДЕЛЬ ВЗАЄМНОЇ АДАПТАЦІЇ РИНКУ ПРАЦІ Й РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	103
<i>Khaminich Svitlana, Sokol Polina, Hordiichuk Svitlana</i> GENDER ISSUES IN THE CONTEXT OF ECONOMIC RELATIONS.....	107

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

<i>Онишко С.В., Добрянська Н.Б.</i> ФІНАНСОВА ПОВЕДІНКА ДОМОГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ДОВГОСТРОКОВИХ ТРЕНДІВ ПІСЛЯВОЄННОГО РОЗВИТКУ.....	112
<i>Фрадинський О.А.</i> ПОДАТКОВА АМНІСТІЯ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ТА РЕЗУЛЬТАТИ.....	120

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

<i>Варламова І.С., Сьомченко В.В., Варламова А.О.</i> ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ ТОВАРНИХ ЗАПАСІВ І ОБОРОТНОСТІ ТОВАРУ.....	126
<i>Пилипенко Л.М., Грицай О.І., Воськало Н.М.</i> ОБЛІКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗЕРВІВ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВАМИ З РОЗВІДКИ ЗАПАСІВ ТА ВИДОБУВАННЯ КОРИСНИХ КОПАЛИН.....	131
<i>Коваленко О.В., Паргаменко О.О.</i> АКТУАЛІЗАЦІЯ ЗАВДАНЬ СТЕЙХОЛДЕРІВ СУДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ЗБИТКІВ, ЗАВДАНИХ АГРЕСІЄЮ РФ.....	136

CONTENTS

ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Pokorchak Sviatoslav, Khoma Iryna

BUSINESS STRUCTURES – ELEMENT OF BUSINESS DEVELOPMENT.....	6
---	---

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Chala Veronika

POST-WAR DEVELOPMENT OF THE GREEN ECONOMY IN UKRAINE: MAIN SCENARIOS.....	12
--	----

Shevchenko Iryna, Imnadze Iraklii

MECHANISM OF GLOBAL MARKETS: DEVELOPMENT, FUNCTIONING AND TRENDS	19
---	----

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Bobrovska Olena

CONCEPTUAL COMPONENTS OF THE FORMATION AND IMPLEMENTATION OF THE CORPORATE WAY OF ORGANIZING ACTIVITIES IN ECONOMIC AND SOCIAL SYSTEMS.....	25
---	----

Horbachenko Stanislav, Klievtsiievych Nataliia

OPPORTUNITIES FOR ECONOMIC DEVELOPMENT ON THE BASIS OF CIRCULARITY IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION.....	35
---	----

Shelemetieva Tetiana, Trokhymets Olena, Tiukha Maria

FEATURES OF FORMATION OF STRATEGY OF SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS: THE EXPERIENCE OF GERMANY.....	41
---	----

ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Bahorka Mariia, Kadyrus Iryna

FORMATION OF THE MARKETING SYSTEM OF AN AGRICULTURAL ENTERPRISE.....	52
---	----

Batyuk Roman

ASSESSMENT OF FACTORS INFLUENCING THE DEVELOPMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES.....	60
---	----

Makedon Viacheslav, Baylova Olena

ASSESSMENT OF COST COMPOSITION AND INVESTMENT RISKS OF ENTERPRISES OF THE REAL SECTOR OF THE ECONOMY.....	68
---	----

Halahur Yuliya, Klymenko Lidiia

DIRECTIONS OF PERSONNEL MANAGEMENT IMPROVEMENT IN HOTEL AND RESTAURANT INSTITUTIONS.....	77
---	----

<i>Shatilo Oksana</i> DOCTRINAL APPROACHES TO DEFINING STRATEGIC MANAGEMENT TOOLS.....	82
<i>Shumkova Viktoriia</i> PERSONNEL MANAGEMENT AS A TOOL OF SOCIAL-ETHICAL MARKETING.....	87
<i>Shumkova Olena</i> INTEGRATED SYSTEM OF MARKETING COMMUNICATIONS IN INTERNATIONAL MARKETING.....	93

ECONOMY OF NATURAL RESOURCES MANAGEMENT AND ENVIRONMENT PROTECTION

<i>Kholiavko Nataliia</i> THEORETICAL ASPECTS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS OF UKRAINE.....	98
---	----

DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS

<i>Atamanchuk Yurii</i> MODEL OF MUTUAL ADAPTATION OF THE LABOR MARKET AND THE MARKET OF EDUCATIONAL SERVICES IN UKRAINE.....	103
<i>Khaminich Svitlana, Sokol Polina, Hordiichuk Svitlana</i> GENDER ISSUES IN THE CONTEXT OF ECONOMIC RELATIONS.....	107

ONEY, FINANCES AND CREDIT

<i>Onyshko Svitlana, Dobranska Natalya</i> FINANCIAL BEHAVIOR OF HOUSEHOLDS OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF MILITARY AGGRESSION AND ITS IMPACT ON THE FORMATION OF LONG-TERM TRENDS OF POST-WAR DEVELOPMENT.....	112
<i>Fradynskyi Oleksandr</i> TAX AMNESTY IN UKRAINE: FEATURES AND RESULTS.....	120

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

<i>Varlamova Iryna, Somchenko Viktoriia, Varlamova Alina</i> FEATURES OF THE DISPLAY OF GOODS INVENTORY AND GOODS TURNOVER.....	126
<i>Pylypenko Liubomyr, Grytsay Olga, Voskalo Natalia</i> ACCOUNTING ASSESSMENT OF CAPITAL RESERVES BY RESERVE EXPLORATION AND MINERAL EXTRACTION COMPANIES.....	131
<i>Kovalenko Olena, Parhamenko Olena</i> UPDATE OF THE TASKS OF THE STAKEHOLDERS OF THE FORENSIC ECONOMIC EXAMINATION REGARDING THE DETERMINATION OF DAMAGES CAUSED BY THE AGGRESSION OF THE RUSSIAN FEDERATION.....	136

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 332.055+334.722.1:658.15

DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-1-1>

Покорчак С.А.

аспірант кафедри фінансів
Національного університету «Львівська політехніка»

Хома І.Б.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри фінансів
Національного університету «Львівська політехніка»

Pokorchak Sviatoslav

Postgraduate Student of the Department of Finance
Lviv Polytechnic National University

Khoma Iryna

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor of the Department of Finance
Lviv Polytechnic National University

БІЗНЕС-СТРУКТУРИ – ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ BUSINESS STRUCTURES – ELEMENT OF BUSINESS DEVELOPMENT

Спостереження показують, що сучасність термінології в підприємстві не відповідає вимогам часу. Використання слова «бізнес» не несе за собою якогось ґрунтовного значення, не відображає жодного прогресу думки в сфері підприємництва – використовується лише як синонім. Проте, ведення будь-якої господарської діяльності вимагає послідовного підходу, продуктивних механізмів виконання реалізації всіх супутніх процесів, які забезпечують успішну таку діяльність. Важливою та невід'ємною складовою для будь-якого та кожного підприємства є побудова та підтримка партнерських зв'язків з усіма імовірними союзниками, такі як: банківські установи, страхові, маркетингові логістичні, сировинні чи виробничі компанії, цільові фонди, громадські та державні інституції тощо. Такі зв'язки, сформовані на взаємних домовленостях, є кровносною системою бізнесу. Сьогодні вони стали обов'язковим елементом функціонування бізнесу, але досі їм не було приділено достатньої цільової уваги чи навіть відповідного терміну. Ця стаття містить теоретичну основу для впровадження такого визначення як «бізнес-структура». В статті зазначено визначення «бізнес-структур», передумови їх виникнення, види «бізнес-структур» та особливості їх функціонування в загальній системі підприємницької діяльності загалом, як один з основних інструментів виконання функцій підприємництва та підприємця, як суб'єкта підприємницької діяльності в сучасному світі.

Ключові слова: *бізнес-структура, корпоративні утворення, підприємницька діяльність, підприємство, напрямки партнерської співпраці.*

Recent global events, such as the coronavirus pandemic and the Russian-Ukrainian war on the territory of Ukraine, have made it clear that the state is not able to function when its economy does not work. Its main driver is a stably functioning business. Additional complications affected both new and already experienced entrepreneurs and managers. All of them have to adapt to new changes caused by mass migration, damage or destruction of various buildings/structures/techniques and equipment of those companies that were located in the territory where the hostilities took place offensives or where numerous bombardments and artillery attacks were carried out. In order to preserve and improve the structure of one's own business, new views are needed on the construction of

the structure of such a business, and more precisely on its implementation with the help of the business structure itself. Observations show that the modernity of terminology in entrepreneurship does not meet the requirements of the time. The use of the word "business" does not carry any fundamental meaning, does not reflect any progress of thought in the field of entrepreneurship – it is used only as a synonym. However, conducting any economic activity requires more, namely: a consistent approach, productive mechanisms for the implementation of all related processes that ensure the success of such activity. An important and integral component for any and every enterprise is the construction and maintenance of partnership relations with all possible allies, such as: banking institutions, insurance, marketing logistics, raw material or production companies, trust funds, public and state institutions, etc. Such connections, formed on mutual agreements, are the lifeblood of the business system, which makes it possible to realize the inner idea of the owners in life. Today, they have become a mandatory element of business operations, but until now they have not been given enough targeted attention or even an appropriate term. This article provides a theoretical basis for the introduction of such a definition as "business structure". The article specifies the definition of "business structures", the prerequisites for their emergence, the types of "business structures" and the peculiarities of their functioning in the general system of entrepreneurial activity in general, as one of the main tools for performing the functions of entrepreneurship and the entrepreneur as a subject of entrepreneurial activity in modern the world.

Keywords: *business structure, corporate formations, entrepreneurial activity, enterprise, areas of partnership cooperation.*

Постановка проблеми. Протягом цілих епох підприємницька діяльність виступає інструментом забезпечення потреб та інтересів людини. В фундаментальних основах нічого не змінилося – у світі і далі панують попит та пропозиція. Заробити зможе більше той, хто в правильний час та в правильному місці забезпечить потенційного покупця відповідним товаром, роботою чи послугою. Проте, з плином часу потреби людини ускладнилися, як і ускладнився світ в якому ця людина перебуває. Численні наукові революції, зміни мислення та поглядів в результаті створили світ, яким ми його знаємо – світ глобалізації та цифровізації. У житті пересічної особи збільшилася кількість обставин та факторів, які впливають на неї. Те саме можна сказати про ведення підприємницької діяльності. Жага збагачення спричинила у світі не один конфлікт чи війну, проте саме ця жага створила не одну індустріальну революцію – приклад науково-технічного прогресу, наслідки якого стали невід’ємною частиною наших життів, які підвищили вимоги для створення бізнесу та забезпечення процесу його безперервного та успішного функціонування.

Актуальність обраної теми. За час пандемії коронавірусу, яка почалася у 2020 році, та зараз під час російсько-української війни на території України, для більшості людей є зрозумілим, що такий інститут як держава не може працювати, коли не працює її економіка. Основний рушій економіки – це стабільно функціонуючий бізнес. Проблеми цивілізованого підприємництва в Україні були постійним явищем, яке в основному було успадковане статусом пострадянської країни з перехідним типом економіки та цілеспрямованим негативним впливом різних спецслужб недобросовісної країни-сусідки. Ці фактори обмежували та призупиняли процес створення потужної економіки, зміну поглядів та відповідно якісний вихід українського на світові ринки товарів і послуг, як рівноправного суб’єкта міжнародного поділу праці. Для багатьох громадян України, які залишаються на суверенних територіях, підприємництво стає основним видом трудової діяльності, а перебування держави

у стані війни з активними бойовими діями, тільки ускладнюють і без того непрості умови.

Особливий потяг до ведення власного бізнесу відчуває амбітне молоде покоління, яке часто знаходить нові можливості у, здавалося б давно сформованих процесах. Разом з цим, креативне мислення часто супроводжується браком відповідного ділового та практичного досвіду, а отже додаткові обмеження можуть не дати розвинути чи реалізувати ту чи іншу оригінальну та багатообіцяючу ідею. Проте, складні умови торкнулися і колись стабільних та досвідчених підприємців та менеджерів, які теж повинні знайти нові методи та інструменти забезпечення ефективності здійснення підприємницької діяльності. Як-не-як, чисельна міграція населення на початку повномасштабного вторгнення та впродовж активних бойових дій суттєво вкоротила трудовий, виробничий та купівельний потенціал українців. Разом з тим, підприємства зазнали різних логістичних обмежень та втрат, адже, окрім вимушеної міграції населення, було пошкоджено, втрачено для використання чи просто знищено різні будівлі та споруди, техніку та устаткування тих компаній, які розташовувалися на території, де відбувалися бойськові наступи та куди здійснювали чисельні бомбардування та артилерійські обстріли. Такі малосприятливі умови та висока імовірність наступних негативних тенденцій ускладнюють здійснення діяльності та потребують удосконалень існуючих процесів заохочення та утримування покупців та клієнтів. Щоб вберегти та покращити структуру власного бізнесу, необхідно нові погляди на побудову структури бізнесу, а точніше на її реалізацію за допомогою саме бізнес-структури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дана тема не є в достатній мірі досліджена, адже науковці використовують визначення бізнес-структури по-різному. Так, А. М. Колосов та С. К. Кучеренко [1]. подають бізнес-структури як сукупність структурних бізнес-одиниць підприємства. Калініченко Л. Л. [2] використовує у своїх дослідженнях словосполучення «інтегровані бізнес-структури», які трактує як складні корпоративні утворення,

що включають у себе різноманітні бізнес-одиниці. У свою чергу, Ковальчук Ю. В., Шацька З. Я. [3] у своїх роботах розглядають підприємницькі структури, як окремі суб'єкти підприємництва. Іноземні науковці та підприємці використовують словосполучення «business structure», але за своїм змістовним значенням воно означає не бізнес-структуру у тому чи іншому вигляді, а структуру бізнесу.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Відсутність чіткої термінології такої категорії як «бізнес-структура» залишає науковцям та підприємцям велике поле для використання різних версій зручних словосполучень. Проблема полягає в тому, що ці значення достатньо суттєво відрізняються. Авторами пропонується розглянути особливості існування та використання «бізнес-структур» не як організаційно-правової форми ведення підприємницької діяльності чи окремого суб'єкта такої діяльності, а як важливого та складового елемента реалізації основної діяльності, які допомагають підприємствам, і мають на меті, отримати та збільшити чистий дохід від реалізації продукції та забезпечити їм достатній прибуток у кінцевому результаті.

Постановка завдання. Мета даної роботи полягає в представленні поняття «бізнес-структура» як окремого елемента функціонування підприємницької діяльності. Завданням наукової роботи є визначення, обґрунтування сутності бізнес-структури як змістовно іншого поняття від поняття «структура бізнесу».

Виклад основного матеріалу. Відсутність чіткого поняття «бізнес-структура» у наукових колах зобов'язує до створення такого поняття для подальшої конкретизації даної термінології. Як зазначалося вище, словосполучення business structure не можна утотожнювати із бізнес-структурою, адже містить в собі тлумачення іншої характеристики будь-якого бізнесу, а саме способу формування внутрішньої структури бізнесу. Поняття «структура бізнесу» в основному використовують, як:

- 1) визначення розподілу усіх видів діяльності компанії серед її підрозділів та відділів;
- 2) визначення організаційно-правової форми компанії, яка закріплена за її статутними документами, що визначає відповідальність інвесторів та керівництва тощо.

Як можемо бачити, цей термін фокусується виключно на компанії, на її внутрішнє середовище, практично повністю ігноруючи зовнішнє середовище існування, без якого будь-яка діяльність позбавлена змісту та вигод.

Хоч різноманітні підприємства і надають різні послуги, виробляють та продають різноманітну продукцію чи готові вироби, але роблять вони це не для самих себе. Кінцевий отримувач їхньої діяльності є споживач, який зазвичай є поза межами їхньої власності та підпорядкування. Це можуть бути звичайні громадяни, інші підприємства, агенції, спілки, муніципальні чи державні установи, банки тощо.

Основну увагу стосовно зовнішнього середовища у даному випадку звертаємо не на умови та правила гри, як законодавчо-нормативна база, стан економіки, рівень інфляції, рівень працевдатності населення тощо. Результат основної діяльності того чи іншого бізнесу не лишається всередині бізнесу, він йде на відповідно зовнішнє середовище бізнесу, на його цільову аудиторію.

Саме цільова аудиторія винагороджує бізнес у грошовій формі за його діяльність, проте результат цієї діяльності часто треба ще донести на інформаційному полі, тобто ознайомити та привести купівельно спроможного покупця до себе. Переконати його в потребі задовільнити свій попит тут та переконати, що отримати найбільшу вигоду він зможе саме з вами, а не з вашими конкурентами.

Часто така інформаційна політика потребує додаткових витрат та затрат, обізнаності та кваліфікації працівників, керівників та знавців не з середини компанії, яка має потребу в цьому. Додаткового союзника також буває необхідно мати і на інших етапах виробництва чи ведення інших видів діяльності, наприклад на етапі проектування ідеї, плануванні та організації основних, допоміжних та супутніх механізмів без яких не буде що збувати покупцям та клієнтам. До уваги беруться саме взаємини суб'єкта господарської діяльності з іншими суб'єктами господарської діяльності (партнерами), що може проявлятися в різних напрямках та забезпечувати процес акумуляції та обертання капіталу підприємства (рис. 1).

Такі взаємини мають на меті забезпечити самоопукність та прибутковість окремо взятого проекту, загалом основної діяльності суб'єкта господарювання та/або реалізацію окремого соціального завдання у випадку поставленої некомерційної мети. Відповідні зв'язки, а точніше – взаємозв'язки, є вкрай необхідними елементами структури діяльності будь-якого підприємства, тобто бізнесу, які не тільки забезпечують його функціонування, але часто значно удосконалюють та покращують результативність тієї чи іншої діяльності. Тому, на думку авторів поступове виведення нового терміну «бізнес-структура» та пояснення його значення та принципових відмінностей від уподібненого терміну є виправданим та необхідним.

Перш за все, бізнес-структура – це така структура яка в процесі свого існування, має в той чи інший спосіб забезпечувати здійснення підприємницької діяльності, тобто здійснення самостійної, ініціативної, систематичної, на власний ризик господарської діяльності, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. Це визначення підпадає під визначення господарської діяльності. Господарський Кодекс України [4] (далі ГКУ) під господарською діяльністю визначає діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, яка спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність.

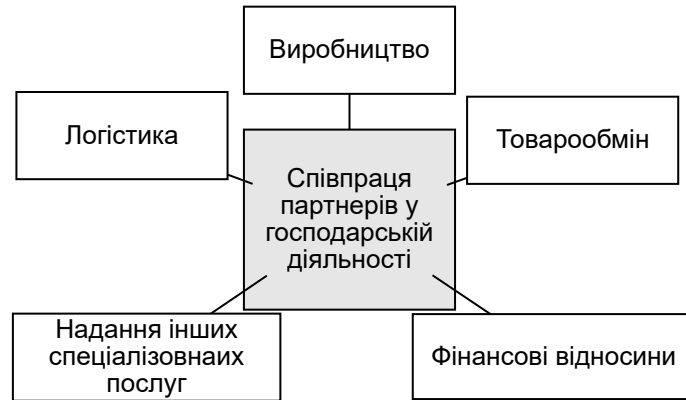


Рис. 1. Основні напрямки партнерської співпраці

Джерело: складено авторами

Така діяльність, яка здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів (зазвичай з метою одержання прибутку), є підприємництвом, а суб'єкти підприємництва – підприємства та підприємці. Важливо додати, що в контексті наукової роботи, підприємство не розглядається тільки як товаровиробник, основна виробнича ланка економіки, а як будь-який суб'єкт господарювання, який здійснює господарську діяльність відповідно до законодавства та утворює ВВП. У такому випадку, так як бізнес-структури забезпечують здійснення підприємницької діяльності, то вони можуть бути самим суб'єктом господарювання, а отже точно не можуть бути лише структурою бізнесу суб'єктів підприємництва.

Проте, одного лише заперечення факту, що бізнес-структури не є структурою бізнесу, не робить її повноцінним суб'єктом підприємницької діяльності. Виходячи з цього, бізнес-структура, як і підприємство, повинно мати чітко окреслену причину свого існування, тобто місію. Також, як юридична особа повинна відповідати наступним ознакам:

- 1) володіти відокремленим майном;
- 2) мати самостійний баланс;
- 3) мати розрахунковий та інші рахунки в банках;
- 4) мати печатку зі своїм найменуванням;
- 5) не відповідати по зобов'язаннях інших підприємств.

Підприємства також здійснюють наступні напрямки діяльності:

1. Вивчення ринку/ринків товарів та послуг – таким чином підприємства здійснюють комплексне дослідження рівня конкурентоспроможності власної продукції та послуг, вимог споживачів, актуальних методів формування попиту та каналів просування товарів та послуг.

2. Здійснення інноваційної діяльності, використовуючи нові науково-технічні розробки, конструкторсько-технологічну підготовку виробництва, ноу-хау та обґрунтування інвестиційних ресурсів (капіталовкладень) для впровадження нововведень.

3. Виробнича діяльність, яка передбачає обґрунтування випуску продукції згідно з потребами ринку, формування маркетингових програм для

кожного окремого ринку і виду продуктивного забезпечення виробництва необхідними штатними ресурсами і узгодження (балансування) виробничої програми і виробничої потужності.

4. Комерційна діяльність пов'язана з маркетингом через рекламу, безпосередню організацію збути продукції та послуг, розвиток системи товарних бірж, економічним стимулюванням покупців, тощо.

5. Післяпродажний сервіс устаткування, гарантійне технічне обслуговування і ремонт побутової техніки та машин і обладнання.

Створення та функціонування підприємств в Україні регулюється господарським, податковим, інвестиційним, митним, валютним та іншими законодавствами, що регламентує окремі особливості, сторони та види діяльності підприємств в Україні.

Підприємство вважається створеним і набуває прав юридичної особи від дня його державної реєстрації. Для державної реєстрації до державної адміністрації місцевої влади підприємством подаються документи згідно з переліком, визначеним Кабінетом Міністрів України, серед яких – заява та установчі документи. До установчих документів чинне законодавство відносить: статут – рішення власника про створення підприємства, якщо ж таких власників два і більше, таким рішенням виступає установчий договір.

Сьогодні в бізнесі практикують не тільки традиційні підприємства, а й так звані підприємницькі структури, які виступають добровільною інтеграцією незалежно діючих суб'єктів різних організаційно-правових форм в єдину, відкриту та складну систему, що діє в глобалізованому середовищі в різних галузях економіки, на різних територіях [3]. До таких структур відносять асоціації, корпорації, консорціуми, концерни та холдинги. Вони об'єднують свою інноваційну, виробничу, маркетингову, постачальницько-збутову, фінансову та соціальну діяльність.

В свою чергу, бізнес-структура – це добровільна співпраця двох або більше сторін будь-яких організаційно-правових форм, які не є пов'язаними жодними установчими договорами, посадовими особами чи кінцевими бенефіціарами

Держава та регіони

ми, одна з яких обов'язково повинна виступати зареєстрованим суб'єктом господарської діяльності, яке утворюється підписанням узгодженого договору про співпрацю/контракту/тощо. У такому відповідному договорі повинно бути зазначено учасників, період, умови, права та обов'язки такої співпраці, та який гарантує, що кожен учасник такої бізнес-структури не зобов'язується чи/та зобов'язує іншого учасника/учасників цієї бізнес-структури до втрати своєї господарської незалежності, як суб'єкта господарської діяльності, відповідно іншої сторони чи/та злиття частини чи/та усіх учасників такої бізнес-структури в нову/нові господарські одиниці, які будуть відповідати ознакам єдиного та цілого суб'єкта будь-якої господарської діяльності відповідно до чинного законодавства.

Учасники бізнес-структури не здійснюють жодних інтеграційних процесів відповідно одна одної, а лише надають та/чи залучають фінансові, трудові, матеріальні, інформаційні ресурси відповідно до прописаної мети співпраці такої бізнес-структури та відповідно до прописаних умов, на яких відбувається така співпраця. Кожен з учасників бізнес-структури може бути одночасно учасником в інших бізнес-структурах, так як бізнес-структура – це не виокремлена та відповідно зареєстрована юридична особа. Бізнес-структура виступає у формі квазі-об'єднання або навіть симбіотичного союзу, в якому союзники полегшують існування одне одного.

Відповідно до ГКУ, суб'єктами господарювання можуть бути юридичні та фізичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до закону (фізичні особи зареєстрова-

Таблиця 1

Порівняльна характеристика видів суб'єктів підприємництва та бізнес-структур за класифікаційними ознаками

Класифікаційна ознака	Види підприємств	Види бізнес-структур
Мета і характер діяльності	– Комерційне – Некомерційне	– Комерційна – Некомерційна
Розмір (кількість працюючих та річний дохід)	– Мікропідприємство – Мале підприємство – Середнє підприємство – Велике підприємство	– Мікробізнес-структур – Мала бізнес-структура – Середня бізнес-структура – Велика бізнес-структура
Форма власності	– Приватне підприємство – Колективне підприємство – Комунальне підприємство – Державне підприємство – Змішане підприємство – Спільне підприємство	Не притаманно
Належність капіталу	– Національне підприємство – Підприємство з іноземними інвестиціями – Іноземне підприємство	– Бізнес-структура з національними інвестиціями – Бізнес-структура з іноземними інвестиціями – Іноземна бізнес-структура
Спосіб утворення та формування статутного капіталу	– Унітарне підприємство – Корпоративне підприємство	Не притаманно
Вид діяльності (за напрямком)	– Виробниче підприємство – Науково-дослідне підприємство – Торгівельне підприємство, та ін.	– Виробничий характер – Науково-дослідний характер – Торгівельний характер, та ін.
Організаційно-правова форма	– Одноосібне володіння – Кооператив – Господарське товариство	Не притаманно
Ступінь відповідальності	– Акціонерне товариство – ТзОВ – ТзДВ – Повне товариство – Командитне товариство	– Бізнес-структури з обмеженою відповідальністю – Бізнес-структури з додатковою відповідальністю
Характер об'єднання підприємств	– Асоціація – Корпорація – Консорціум – Концерн	Не притаманно
Тривалість існування	Не притаманно	– Короткостроковий – Довгостроковий – Безстроковий
Ступень залежності від іншого підприємства	– Головне – Дочірнє	Не притаманно

Джерело: складено авторами на основі [3–5]

ні як підприємці). Зважаючи на різноманіття видів господарювання, які можуть здійснюватися, відповідно до чинного законодавства, суб'єкти господарювання піддаються різним класифікаціям та групуванням.

У випадку бізнес-структур усі типові класифікаційні ознаки будуть притаманні кожному підприємству-учаснику такої бізнес-структури відповідно самого себе, але зважаючи на особливий характер бізнес-структур, до них не можуть застосовуватися усі типові кваліфікаційні ознаки. Проте, особливість бізнес-структур дає змогу порівняти їх з підприємствами – проаналізувати їх на спільні та відмінні риси, які повинні бути, зважаючи на коопераційний характер бізнес-структур (табл. 1).

Як бачимо з таблиці, бізнес-структури піддаються класифікації по більшості ознак, якими можна класифікувати звичайні підприємства. В своїй меті та характері діяльності бізнес-структури також можуть поділятися на комерційні та некомерційні бізнес-структури. Також, схожість між останніми та підприємствами спостерігається і за можливими напрямками здійснення основної діяльності.

Особливої уваги потребують класифікаційні ознаки, по яких і підприємства і бізнес-структури підпадають, але трактуються по-різному. Наприклад, можна класифікувати розмір бізнес-структури тільки за величиною доходу окремого напрямку/проекту, під який оформлюється договір про співпрацю. Належність капіталу бізнес-структур стосується прямих інвестицій під окремо виділений напрямок, яким буде в основному оперувати один із учасників – це не стосується формування та використання спільного капіталу.

На відмінну від підприємств, бізнес-структури можуть мати наперед прописаний обмежений час свого існування, який буде зазначений у відповідному договорі про співпрацю учасників такої бізнес-структури. Така співпраця може бути продовжена, мати умови дострокового припинення, а також може бути поновлена в будь-який момент часу за спільною згодою сторін.

Висновки. Таким чином, бізнес-структура – це договірна співпраця двох чи більше учасників господарської діяльності, яка допомагає кожному з учасників у реалізації своєї основної діяльності та отримання додаткових вигод від неї. Така форма співпраці існує протягом багатьох століть та постійно вдосконалюється з розвитком ділових відносин та результатами науково-технологічного процесу. Так як колись співпраця людей допомагала жити та переживати різні життєві випробування протягом усього існування людства, так і бізнес-структури є добровільною кооперацією тих самих людей для виживання в сучасному світі попиту та пропозиції, в якому необхідно абсолютно так само задовольнити власні інтереси та потреби. Бізнес-структури є елементом підтримки та забезпечення здійснення господарської діяльності через посередництво частини учасників чи пряме виконання такої діяльності.

Не будучи окремою відповідно зареєстрованою господарською одиницею, бізнес-структури відповідно не піддаються класифікації по непридатних для них ознаках, такі як форма власності, організаційно-правова форма, наявність спільного статуту та статутного капіталу, так як учасники бізнес-структури залишаються незалежними один від одного, хоча в ході своєї діяльності на них і лежать спільні обов'язки.

Перспективами подальших досліджень є деталізація видів та механізмів роботи різних бізнес-структур, особливостей їхньої діяльності на різних етапах, аналіз причин та наслідків таких договірних співпраць тощо.

Бібліографічний список

1. Колосов А. М., Кучеренко С. К. Розвиток бізнес-структури підприємств в інтеграційних умовах. *Управління розвитком підприємства в інтеграційних умовах : колект. монограф.* 2014. С. 26–40.
2. Калініченко Л. Л. Інтегровані бізнес-структури: сутність та оцінка ефективності функціонування. *Вісник економіки транспорту і промисловості Загально-економічні питання.* 2011. № 34, С. 393–396.
3. Ковальчук Ю. В. Інтеграційні форми підприємницьких структур в сучасних умовах. *Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVIII Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів, м. Київ, 18–19 квітня 2019 р. Київ : КНУТД, 2019. Т. 3 : Економіка інноваційної діяльності підприємств. С. 43–44.*
4. Господарський Кодекс України від 01.01.2023 № 436-IV. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, N 18, N 19-20, N 21-22, ст. 144. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 02.03.2023).
5. Велика О. Ю. Основні види та організаційні форми підприємств в Україні. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Електронне наукове фахове видання* 2018. Вип. 3 (14), С. 146–149.

References:

1. Kolosov A. M., Kucherenko S. K. (2014) *Rozvytok biznes-struktury pidpriemstv v intehtratsiinykh umovakh* [Development of the business structure of enterprises in integration conditions]. *Economics and management 2013: prospects of integration and innovative development*. Collective monograph.
2. Kalinichenko L. L. (2011) *Intehrovani biznes-struktury: sutnist ta otsinka efektyvnosti funktsionuvannia* [Integrated business structures: the essence and evaluation of the effectiveness of functioning]. *Herald of the economy of transport and industry*, № 34, pp. 393–396.
3. Kovalchuk Yu. V., Shatska Z. Ya. (2019) *Intehratsiini formy pidpriemnytskykh struktur v suchasnykh umovakh*. [Integration forms of business structures in modern conditions]. *Business Economics. Economics of innovative activity of enterprises*, pp. 43–44.
4. Hospodarskyi kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 16.01.2003No. 436-IV. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy. 2003. No. 18-22. Art. 144 [The Commercial Code of Ukraine. The Official Bulletin of the Verkhovna Rada of Ukraine (BVR), 2003, №. 18, Nos. 19–20, Nos. 21–22, Article 144]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/436-15#Text> (accessed 02 March 2023).
5. Velyka O. Yu. (2018) *Osnovni vydy ta orhanizatsiini formy pidpriemstv v Ukraini*. [Main types and organizational forms of enterprises in Ukraine]. *Eastern Europe: Economy, Business and Management. Electronic scientific publication*, vol. 3 (14), pp. 146–149.

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 334.02:338.2:330.3

DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-1-2>

Чала В.С.

кандидат економічних наук, доцент,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

Chala Veronika

PhD in Economics, Associate Professor,
Prydniprovsk State Academy of Civil Engineering and Architecture

ПОВОЄННА РОЗБУДОВА В УКРАЇНІ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ: ОСНОВНІ СЦЕНАРІЇ

POST-WAR DEVELOPMENT OF THE GREEN ECONOMY IN UKRAINE: MAIN SCENARIOS

В статті наголошено, що військова агресія росії проти України спричиняє не тільки величезні руйнування вітчизняного промислового комплексу, населених пунктів, енергетичної інфраструктури, але носить шкоди довкіллю та соціуму. Автор підкреслює, що вже активно закладаються міцні підвалини повоєнної відбудови економіки України на засадах зеленого зростання. Обґрунтовано, що успішність такої відбудови залежатиме від низки факторів та обставин, які слід сукупно враховувати в межах сценарного підходу до оцінки та прогнозування. Автором запропоновано перелік ключових принципів сценарного прогнозування повоєнної розбудови в Україні зеленої економіки. Обґрунтовані чотири сценарії повоєнної розбудови в Україні зеленої економіки на період до 2050 р. Наведено опис авторського сценарію повернення до коричневої економіки зразку довоєнного періоду (перший сценарій). Другий можливий сценарій повоєнної розбудови в Україні зеленої економіки автор бачить у зосередженості на розвиткові біоекономіки. Описаний та охарактеризований сценарій повоєнної розбудови в Україні моделі циркулярної економіки, базованій на нульовому екологічному сліді (третій сценарій розбудови зеленої економіки). Зроблено порівняння цих сценаріїв з четвертим сценарієм, пов'язаним з формуванням в Україні повноформатної зеленої економіки. Автор обґрунтовує, що найбільш ймовірною є реалізація в Україні третього сценарію – розбудови циркулярної економіки, базованої на нульовому екологічному сліді.

Ключові слова: зелена економіка, повоєнна розбудова, сценарне прогнозування, фактори сценаріїв, коричнева економіка, біоекономіка, циркулярна економіка, екологічний слід, реалізація сценарію.

The article emphasizes that Russia's military aggression against Ukraine causes not only huge destruction of the domestic industrial complex, settlements, energy infrastructure, but also harms the environment and society. The author emphasizes that solid foundations for the post-war reconstruction of Ukraine's economy on the basis of green growth are already being actively laid. It has been substantiated that the success of such reconstruction would depend on a number of factors and circumstances, which should be collectively taken into account within the scenario approach to assessment and forecasting. The author has proposed a list of key principles of scenario forecasting of the post-war development of the green economy in Ukraine. It has been emphasized that when developing scenarios, different approaches should be used and forecasting models should be developed. The latest usually differ in both the set of factors and their disposition. The dominant megatrends of Ukraine's competitive development in global coordinates which would affect the formation of scenario factors, have been characterized. Criterion features for the formation of green economy development scenarios have been defined. Four scenarios of the post-war development of the green economy in Ukraine for the period until 2050 have been substantiated. The description of the author's scenario of returning to the brown economy of the pre-war period has been given (the first scenario). The author sees the second possible scenario of the post-war development of the green economy in Ukraine as a focus on the development of the bioeconomy. The scenario of the post-war development of a circular economy model based on a zero ecological footprint in Ukraine (the third scenario of the development

of a green economy) has been described and characterized. These scenarios have been compared with the fourth scenario related to the formation of a full-scale green economy in Ukraine. The author justifies that the most likely is the implementation of the third scenario in Ukraine – the development of a circular economy based on a zero ecological footprint.

Keywords: green economy, post-war development, scenario forecasting, scenario factors, brown economy, bioeconomy, circular economy, ecological footprint, implementation of scenario.

Постановка проблеми. Повномасштабна військова агресія російської федерації проти України, зруйнувавши у 2022 р. усі засадничі принципи сформованої після Другої світової війни системи міжнародного порядку, спричинила не тільки величезні руйнування вітчизняного промислового комплексу, населених пунктів, транспортної, житлової й енергетичної інфраструктури, але й нанесла значної шкоди довкіллю та усім складовим зеленої економіки нашої держави. Йдеться насамперед про знищення будівель і споруд агропромислового сектору (зокрема птахокомбінатів); забруднення ґрунтів хімічними і біологічними речовинами, мінами і рештками озброєнь; пошкодження очисних споруд та іригаційних систем; а також викрадення російськими окупантами величезної кількості цілісних комплексів вітрової та сонячної електрогенерації. Не слід скидати з рахунків і таких украї деструктивних для довкілля наслідків війни як: пошкодження інфраструктури постачання питної та технічної води; продовження тенденції наростаючого з 2016 р. забруднення повітряних мас; перетворення на посушливі зони значної частки постраждалих від війни територій; виникнення цілої низки екологічних катастроф у сфері управління твердими відходами; розрив вартісних ланцюгів та зниження надійності постачання електроенергії.

Попри колосальні втрати економіки нашої держави від російської агресії, вже сьогодні активно закладаються, на нашу думку, міцні підвалини її повоєнної відбудови на засадах зеленого зростання. Те, як ці підвалини розвинуться в зелену трансформацію економіки України, залежатиме від низки факторів та обставин, які в сукупності формують сценарну візію повоєнного відродження країни. Наукова затребуваність та організаційно-практичний запит на варіантне прогнозування зеленої розбудови України формують актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Науково-практичним питанням зеленої трансформації економіки, чинникам зеленого економічного зростання присвячені праці таких науковців як Е. Бланко та Дж. Раззак [1], Дж. Харрис [2], К. Тьенаара [3], М. Сав'єр [4], Д. Д'амато та Дж. Корхонен [5], П. Мейли та А. тейтелбоун [6], Р. Поллін [7] та інші. Водночас потребують більш глибокого дослідження специфічні питання побудови прогнозів майбутнього зеленого відновлення економіки країни, яка постраждала в результаті воєнних дій, України зокрема, в тому числі – із застосуванням сценарного підходу.

Постановка завдання. Метою статті є запропонувати авторське бачення побудови сценаріїв повоєнного відродження економіки України на

принципах екологічності, «озеленення», формування чинників зеленого економічного зростання.

Виклад основних результатів. Попри значну складність точної оцінки нанесених Україні збитків, станом на 1 грудня 2022 р. лише прямі збитки, завдані інфраструктурі, оцінювались експертами у 137,8 млрд дол. США. Згідно даних аналітиків KSE Institute тільки за перші дев'ять місяців військової агресії росії у нашій державі було зруйновано чи частково пошкоджено 149,3 тис житлових приміщень, 194,9 тис легкових автомобілів, 14,4 тис одиниць комунального транспорту, 1131 заклад охорони здоров'я, 158 закладів соціальної сфери, 3021 заклад освіти [8]. Сукупні ж фінансові потреби нашої держави на відбудову та відновлення економіки станом на серпень 2022 р. перевищували 349 млрд дол. США [9], а сьогодні є значно більшими. І це без урахування майже 40%-ного падіння валового внутрішнього продукту України, порушення виробничої і торговельної діяльності, значного скорочення робочої сили та масштабного її транскордонного переміщення за кордон. Так, у презентованому на Конференції у м. Лугано (4–5 липня 2022 р.) Плані післявоєнного відновлення України на період до 2032 р. передбачено виділення міжнародними донорами 750 млрд дол. США загального фінансування (з них 20 млрд – на відновлення навколишнього середовища та сталій розвиток) на реалізацію п'ятнадцяти національних програм [10, с. 9].

Таке відновлення жодним чином не означає повернення структурних параметрів вітчизняного народногосподарського комплексу до довоєнного стану, а має за мету системну його структурну трансформацію. Вона повинна реалізовуватись на основі глибокого інтегрування України до європейського економічного простору на засадах сталого розвитку та у відповідності до вимог Європейського зеленого курсу, що є запорукою виконання нашою державою Копенгагенських критеріїв набуття членства у ЄС. Відтак – саме сьогодні Україна зможе нарешті позбутись багатьох об'єктів фізично і морально застарілого радянського спадку, не тільки відбудувавши за участі міжнародних партнерів житлового фонду, комерційної нерухомості та інфраструктури, але й сформувавши принципово нові економічні інституції і структурні сегменти національної економіки.

Потужним імпульсом динамізації зазначених процесів стала, на нашу думку, своєрідна «революційна деолігархізація», яку пережила українська економіка під час війни. Йдеться про втрату могутніми у минулому й орієнтованими переважно на ринки рф, білорусі, Казахстану та країн Середньої Азії вітчизняними олігархічними бізнес-структурами монополії на політичну й економічну владу у

нашій державі. Ні для кого не секрет, що упродовж усього періоду державної незалежності України і аж до військового вторгнення росії у 2022 р., у нашій країні домінувала в чистому вигляді олігархічна модель економічного устрою. Вона базувалась на режимі ухвалення усіх управлінських рішень обмеженим колом олігархів у цілях власного збагачення, отримання несправедливої вигоди та без урахування суспільних інтересів й економічних потреб широких верств українського населення. Достатньо сказати, що станом на 2021 р. 10% найбагатшого населення України володіли 59,8% сукупних активів і матеріальних статків вітчизняних домогосподарств, а 1% – 28,5% відповідно. За рівнем же внутрішньокраїнових асиметрій у розподілі сукупних доходів відповідні показники становили 33,1% та 9,3% [11].

Більше того, здійснюючи потужний політичний вплив на усі гілки владних відносин в Україні та добиваючись у такий спосіб ухвалення вигідних для себе законів і сприятливого середовища ведення бізнес-діяльності, вітчизняний олігархічний клас власне й «законсервував» на довгі десятиліття панування ресурсомісткої й енергетично неефективної моделі вітчизняного промислового виробництва. Воно здійснювалось на основі застарілих технологій, а отже – стримувало нарощування частки доданої вартості в експортній продукції. Суттєві ж вади конкурентного і регуляторного середовища жодним чином не мотивували вітчизняних економічних суб'єктів до зменшення обсягів та питомої частки виробничих відходів (рис. 1), а також підвищення рівня технологічного перероблення природних сировинних ресурсів.

Як не парадоксально, однак лише умови повномасштабної російсько-української війни від-

кривають перед нашою державою не бачене дотепер «вікно можливостей» щодо перезавантаження вітчизняної економіки на якісно нових – зелених – парадигмальних засадах з розбудовою її інклюзивної моделі та прискореним рухом до зеленої економіки. Інакше кажучи, тривалий брак структурних реформ, незначна підтримка та низька мотивація переходу вітчизняних суб'єктів господарювання від технологій третього і четвертого технологічних укладів до п'ятого і шостого у процесі повоєнної відбудови економіки України мають припинитись та змінитись на прискорений розвиток зеленої економіки з докорінною трансформацією усіх структурних ланок національного народногосподарського комплексу.

Тут маємо наголосити, що попри наявність в Україні значного суспільного попиту на зелену трансформацію національної економіки, вона дотепер стримується переважанням інших пріоритетів у політичному дискурсі. При цьому спостерігається значне загострення екологічних та різного роду суспільних проблем, котрі спричиняють втрату довіри населення як до окремих представників політикуму, так і політичного класу в цілому [13]. Припускаємо, що недооціненість даного стратегічного вектору розвитку вітчизняної економіки значною мірою обумовлена суттєвим браком сценарних досліджень та украї слабкими зв'язками українського політикуму з вітчизняним дослідницьким сектором. Відтак – усі ми на сьогодні є свідками динамічного формування усталених передумов некерованого розвитку в Україні ключових структурних ланок національної моделі зеленої економіки, що базується, головним чином, на основі ініціатив мікро- та локального рівнів.

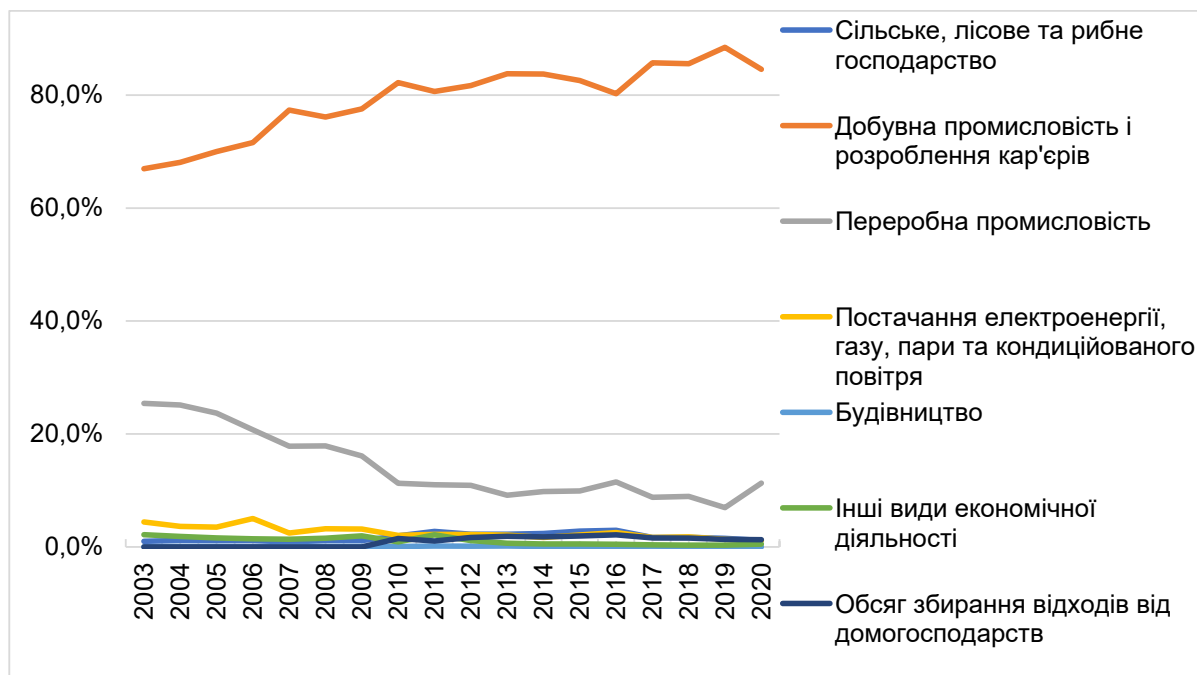


Рис. 1. Динаміка структури утворення відходів за джерелами в Україні у 2003–2020 рр., %

Джерело: побудовано авторкою за даними [12]

Про виключну важливість інструментарію сценарного прогнозування провідних мегатрендів розвитку екологічних процесів та об'єктивну необхідність їх включення до широкого політичного дискурсу свідчить, зокрема, приклад центральних банків цілої низки держав і регіонів. Зокрема, Європейський центральний банк, Банк Франції та Банк Нідерландів вже багато років активно використовують метод сценарного прогнозування при аналізі механізмів впливу екологічних факторів (передусім кліматичних змін) на структурну динаміку власних банківських активів та параметри фінансової стабільності [14]. Таким чином, ключовими *принципами сценарного прогнозування* повоєнної розбудови в Україні зеленої економіки є, на нашу думку, наступні:

- науковість в обґрунтуванні її векторних мегатрендів;
- системність з включенням до процесу прогнозування впливу таких чинників як: зайнятість, соціальна рівність, доступність енергії та інших благ;
- транспарентність й інклюзивність сценарного прогнозування з долученням усіх груп стейкхолдерів до процесу ухвалення стратегічних рішень у сфері зеленого розвитку;
- глибока конвергенція національної стратегії зеленої трансформації економіки України з іншими національними стратегіями її післявоєнного відновлення та розвитку.

Зазначені принципи детермінують необхідність здійснення сценарного прогнозування повоєнної розбудови в Україні зеленої економіки, спираючись на вихідні параметри соціально-економічного стану та опис ключових рушійних сил і майбутніх змін у викидах парникових газів, температурі чи інших змінних, пов'язаних зі зміною клімату. У контексті повоєнної розбудови у нашій державі зеленої економіки окреслення її варіативних сценаріїв на найближчі десятиліття має бути ув'язано також зі структурною динамікою ключових соціально-економічних індикаторів. Підтвердженням цієї тези є, зокрема, пропонуване Міжнародним інститутом прикладного системного аналізу велике різноманіття моделей та сценаріїв щодо динаміки глобальної температури і опадів, стану криосфери та океанів, глобальних циклів та циркуляції повітря, ґрунтів та атмосфери [15, с. 553–672]. Інтерпретація їх впливу на ресурсні можливості держав щодо реалізації національних економічних інтересів становить важливу наукову задачу для багатьох учених, потребуючи системного підходу у формуванні трансдисциплінарних взаємозв'язків між представниками різних галузей теоретичних знань.

Хоча найбільший вплив на сценарії повоєнної розбудови в Україні зеленої економіки безумовно справлятимуть глобальні тренди економічного розвитку, однак вони значною мірою визначатимуться також домінантними мегатRENдами конкурентного розвитку нашої держави у світових координатах. При цьому слід виокремити *такі ключові його дихотомії як-от:*

- повне звільнення окупованих територій України vs демілітаризація країни-агресора;
 - крихкий мир vs тривала війна;
 - повоєнне відновлення економіки України на зелених засадах vs повернення до моделі економічної невизначеності 1990-х років;
 - домінування економічного націоналізму vs розбудова відкритої економіки;
 - зростання ролі держави vs системна лібералізація державного управління;
 - ефективне делегування управлінських повноважень vs надлишкове неефективне державне управління;
 - системна діджиталізація економічної діяльності та децентралізація управлінських функцій держави vs панування індустріальної моделі держави та бізнес-процесів;
 - гармонійна взаємодія суб'єктів моделі потрійної спіралі vs домінування одного з суб'єктів;
 - глибока інтеграція у світові товарні ринки і глобальні вартісні ланцюги vs залежність від споживчих ринків вузького кола країн;
 - відкритість та доступність міжнародних ринків капіталу vs залежність від обмеженого кола власників капіталу;
 - ефективний ринок землі та природних ресурсів vs незрілий ринок природно-земельних ресурсів;
 - масова еміграція українського населення vs повне повернення емігрантів;
 - відкритість до процесів міжнародної міграції vs закритість вітчизняного ринку праці;
 - достатнє ресурсне забезпечення розвитку вітчизняного науково-освітнього сектору vs панування моделі залишкового фінансування науково-освітнього сектору України та критичний рівень її залежності від іноземних технологій.
- Водночас сценарії повоєнної розбудови в Україні зеленої економіки значною мірою залежать також від організаційно-економічної, адміністративної й інституційної спроможності держави забезпечити належну керуваність процесів реалізації стратегії конкурентного розвитку національної економіки. Спираючись на таке її бачення, вважаємо за доцільне використовувати для формування сценаріїв розвитку зеленої економіки наступні *критеріальні ознаки:*
- тривалість військової агресії російської федерації проти України, її макроекономічні наслідки і наслідки для навколишнього середовища;
 - рівень розвитку домінантних технологій, передусім в АПК;
 - ступінь перероблення біосировини вітчизняного походження;
 - рівень подовження життєвого циклу продукції;
 - комплексність підходів до урбанізації та індустріалізації;
 - поширеність екосистемного підходу до управління соціально-економічним розвитком;
 - диверсифікованість концептуальних поглядів на капітал;
 - домінантні бізнес-моделі та регуляторний вплив держави;

– рівень розвитку у державі суспільної культури сталого розвитку.

Спираючись на окреслені вище критерії, можемо виокремити кілька сценаріїв повоєнної розбудови в Україні зеленої економіки на період до 2050 р.

Перший сценарій – це повернення до коричневої економіки зразку довоєнного періоду. Даний сценарій передбачає, зокрема, втрату Україною управлінської самостійності та повну її залежність від рішень, ухвалених закордоном; значний брак інноваційних технологій та інвестиційного капіталу; згортання високотехнологічних виробництв; перетворення держави на сіру зону, а національної економіки – на постачальника сировинної продукції; концентрацію ресурсів вітчизняної металургії та машинобудування на мілітаризації економіки та масовому виробництві важкого озброєння; зростання кількості техногенних катастроф, подальше погіршення стану довкілля та об'єктів фізичної інфраструктури. Окрім того, для сценарію повернення України до коричневої економіки характерними є також системна деіндустріалізація і депопуляція населення; масштабна еміграція висококваліфікованих працівників; масове закриття закладів вищої освіти тощо.

Другий можливий сценарій повоєнної розбудови в Україні зеленої економіки пов'язаний з тупцюванням нашої держави у біоекономіці. Його ключовими рисами є завершення військової агресії проти України встановленням хиткого миру, за якого вітчизняна економіка, не отримуючи достатніх фінансових ресурсів для повного відновлення від завданих економічних збитків й екологічної шкоди, спиратиметься виключно на мобілізацію внутрішніх ресурсів. Це спричинить поглиблення сировинної спеціалізації нашої держави у глобальній моделі міжнародного поділу праці з нарощуванням експортних поставок на світові ринки продукції сільського господарства та добувної промисловості. За таких умов не будуть сформульовані чіткі цілі розвитку зеленої економіки та механізми їх досягнення; доволі високою залишатиметься частка вуглеводнів у вітчизняному енергобалансі; частина секторів національної економіки (академічний, машинобудування, судно- та літакобудування, переробна і легка промисловість) функціонуватимуть в режимі, близькому до припинення діяльності. У результаті Україні вдається не тільки забезпечувати належний стан біологічної безпеки, але й поступово нарощувати використання біомаси та відновлювальних джерел енергії у суспільному відтворенні, пристосовуючи національну економічну систему до кліматичних змін на основі продовження експлуатації бізнес-моделі «business as usual».

Третій сценарій повоєнної розбудови в Україні зеленої економіки – це формування моделі циркулярної економіки, базованій на нульовому екологічному сліді. Даний сценарій передбачає, зокрема, завершення військової агресії в Україні встановленням нового міжнародного порядку, за якого наша держава отримує достатньо фінан-

сових, науково-технічних й інноваційних ресурсів для повного відновлення економіки й екології від завданих збитків і шкоди. За таких умов розбудова в Україні висококонкурентної інноваційної екосистеми спиратиметься, головним чином, на іноземні науково-технічні розробки і технології; а цілі розвитку зеленої економіки та механізми їх досягнення визначатимуться у відповідних секторальних і регіональних стратегіях.

При реалізації даного сценарію одночасно спостерігатиметься неухильне підвищення рівня перероблення природної сировини та промислових відходів, а чисте виробництво та неухильно зростаюча частка виробленої в Україні продукції з високою доданою вартістю обумовлюватимуть поетапне підвищення рівня наукомісткості вітчизняного валового внутрішнього продукту. Притаманними рисами сценарію циркулярної економіки є також динамічний розвиток інституційних форм взаємодії усіх груп стейкхолдерів (еко-промислові та індустріальні парки, індустріальний симбіоз, системи управління постачальницькими ланцюгами тощо); підвищення рівня енергоефективності, енергозбереження та енергетичної незалежності нашої держави; комплексне управління процесами зеленої індустріалізації та урбанізації; а також переведення чинних бізнес-моделей на засади циркулярності.

Нарешті, *четвертий сценарій* повоєнної розбудови України пов'язаний з формуванням у нашій державі повноформатної зеленої економіки. Він характеризується завершенням військової агресії РФ проти нашої держави встановленням нового міжнародного порядку, за якого Україна отримує гарантії безпеки та достатньо ресурсів для повного відновлення від завданих шкоди та збитків. Стратегічні цілі розбудови зеленої економіки, принципи та механізми їх досягнення знайдуть свою чітку інституціоналізацію у національній стратегії економічного розвитку України, яка згодом стане визнаним лідером глобальних рейтингів розвитку зеленої економіки та невід'ємною частиною глобальної зеленої економіки. Запорукою такого статусу стануть великомасштабні інвестиційні капіталовкладення у національну вищу освіту, ДіР зеленого профілю, зелені технології, вітчизняну інноваційну екосистему. Одночасно вони ж спричинять стрімке нарощування обсягів експорту й імпорту Україною інноваційних технологій, динамізуючи національний науково-технічний прогрес на рівні кращих світових взірців. Що ж стосується вітчизняної циркулярної економіки, то вона дасть змогу нашій державі оперативіно вирішити найгостріші екологічні проблеми та трансформуватись у глобальний центр екологічного туризму. Водночас усі сектори економіки України динамічно розвиватимуться за зеленими моделями, спираючись у своєму поступі на розвинену зелену інфраструктуру та національний еко-капітал.

Маємо зазначити, що ймовірність реалізації кожного із зазначених вище сценаріїв залежить від сукупності та комплексного впливу об'єктивних

процесів та суб'єктивних рішень, зовнішніх та внутрішніх чинників. З огляду на це, найбільш ймовірним вважаємо реалізацію в Україні сценарію *циркулярної економіки, базованої на нульовому екологічному сліді*. З одного боку, він може розглядатись у контексті продовження сформованого до початку військової агресії макротрендів трансформаційних змін економіки України, а з другого – з усією очевидністю демонструє їх комплексність та логіку еволюційного поступу у контексті вступу нашої держави до Євросоюзу та об'єктивної необхідності дотримуватись вимог Європейського зеленого курсу.

Висновки. Запропоновані нами сценарії варто розглядати в усьому комплексі альтернатив, що вже сформувались у сучасному науковому дискурсі. При розробці сценаріїв застосовуються різні підходи та розробляються моделі прогнозування, що відрізняються як набором чинників, так і їх диспозицією. Тому надалі важливо враховувати ключові альтернативи, що впливають з особливостей національних економічних ідеологій та політики національних урядів, структури та моделей розвитку економік різних країн, домінуючих траєкторій розвитку їх секторів та технологій, характеру впливу глобальних проблем та інтенсивності інвестиційних процесів тощо. У повоєнний період траєкторії конкурентного розвитку економіки України у глобальних координатах вирішальною мірою визначатимуться структурною динамікою тих секторів, що спрямовані на забезпечення безпеки життєдіяльності, а також екологічної, продовольчої, інформаційної та енергетичної безпеки. Усі вони найбільш тісно пов'язані з розвитком зеленої економіки, тож позитивна динаміка позицій України у Глобальному індексі продовольчої безпеки в останні роки може розглядатись як важливий механізм вимірювання прогресу та бенчмаркінгу диспозиції конкурентних позицій нашої держави в глобальних масштабах. Разом з тим, вважаємо за доцільне наголосити, що Україна має значний потенціал перетворення на активного гравця у сфері управління міжнародною продовольчою безпекою, реалізація якого матиме позитивний вплив на її конкурентні позиції в інших секторах глобальної економіки.

Бібліографічний список:

- Blanco E., Razzaque J. Natural Resources and the Green Economy: Redefining the Challenges for People. *Leiden-Boston: Martinus Nijhoff Publishers*. 2012.
- Harris J. Green Keynesianism: Beyond Standard Growth Paradigms. *GDAE Working Paper* № 13-02. February 2013. URL: <https://www.bu.edu/eci/files/2020/01/13-02HarrisGreenKeynesianism.pdf>.
- Tienhaara K. Green Keynesianism and the Global Financial Crisis. 1-st Edition. 2018.
- Sawyer M. The scourge of green monetarism. *Brazilian Keynesian Review*. 2015. Volume 1.
- D'Amato D., Korhonen J. Integrating the green economy, circular economy and bioeconomy in a strategic sustainability framework. *Ecological Economics*. 2021. Volume 188. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.107143>.
- Mealy P., Teytelboym A. Economic complexity and the green economy. *Research Policy*. 2020. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733320300287?via%3Dihub>.
- Pollin R. Greening the Global Economy. *Boston Review Originals*. The MIT Press. 2015.
- Загальна сума прямих збитків, завдана інфраструктурі України через війну, зросла до майже \$138 млрд. *Київська школа економіки*. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zagalna-suma-pryamih-zbitkiv-zavdana-infrastrukturi-ukrayini-cherez-viynu-zroslo-do-mayzhe-138-mlrd>.
- Україна: швидка оцінка завданої шкоди та потреб на відновлення. Серпень 2022, *Світовий Банк, Уряд України, Європейська Комісія*. 269 с. URL: https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2022/09/zvit-shvydka-ocinka-zavdanoyi-shkody-ta-potreb-na-vidnovlennya_-ukr-1.pdf.
- Зелене повоєнне відновлення України: візія та моделі. Аналітична записка. Серпень 2022 р. ГО «Ресурсно-аналітичний центр «Суспільство і довкілля», 2022.
- World Inequality Database. URL: https://wid.world/world/#shweal_p90p100_z/WO/last/eu/k/p/yearly/s/false/75.8425/82/curve/false/country.
- Утворення відходів за джерелами (1995–2020). *Україна*. 2022. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/ns/ns_rik/uv_dj_95_20_ue.xls.
- Лук'яненко Д., Поручник А., Столярчук Я., Ільницький Д., Кулаківський О. Конкурентна платформа економічної самодостатності України у глобальному світі. Київ : KHEY, 2019. 293 с.
- Dimmelmeier, A. (2021). Rethinking Scenario Analysis from a Green and Social Perspectives. *Foundation for European Progressive Studies: Brussels, Belgium*. 13 p. URL: <https://feps-europe.eu/wp-content/uploads/2021/11/Rethinking-Scenario-Analysis-from-a-Green-and-Social-Perspective.pdf>.
- Lee, J.-Y., J. Marotzke, G. Bala, L. Cao, S. Corti, J.P. Dunne, F. Engelbrecht, E. Fischer, J.C. Fyfe, C. Jones, A. Maycock, J. Mutemi, O. Ndiaye, S. Panickal, and T. Zhou.: Future Global Climate: Scenario-Based Projections and Near-Term Information. In *Climate Change 2021: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom and New York, NY, USA, 2021, pp. 553–672, DOI: https://doi.org/10.1017/9781009157896.006*.

References:

- Blanco E., Razzaque J. (2012) Natural Resources and the Green Economy: Redefining the Challenges for People. *Leiden-Boston: Martinus Nijhoff Publishers*.
- Harris J. (2013) Green Keynesianism: Beyond Standard Growth Paradigms. *GDAE Working Paper* № 13-02. February. Available at: <https://www.bu.edu/eci/files/2020/01/13-02HarrisGreenKeynesianism.pdf>.
- Tienhaara K. (2018) Green Keynesianism and the Global Financial Crisis. 1-st Edition.
- Sawyer M. (2015) The scourge of green monetarism. *Brazilian Keynesian Review*. Volume 1.
- D'Amato D., Korhonen J. (2021) Integrating the green economy, circular economy and bioeconomy in a strategic sustainability framework. *Ecological Economics*. Volume 188. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.107143>.
- Mealy P., Teytelboym A. (2020) Economic complexity and the green economy. *Research Policy*. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733320300287?via%3Dihub>.
- Pollin R. (2015) Greening the Global Economy. *Boston Review Originals*. The MIT Press.
- Zagalna suma priamih zbitkiv zavdana infrastrukturi Ukraini cherez viynu zroslo do 138 mlrd \$ [The total amount of direct damage caused to the infrastructure of Ukraine due to the war has increased to almost \$138 bil-

- lion] *Kyiv School of Economics*. Available at: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zagalna-suma-pryamih-zbitkiv-zavdana-infrastrukturi-ukrayini-cherez-viynu-zroslo-do-mayzhe-138-mlrd>.
9. Ukraina: shvidka otsinka zavdanoi shkody ta potreb na vidnovlennya. [Ukraine: rapid assessment of damage and recovery needs]. *August 2022, World Bank, Government of Ukraine, European Commission*. 269 p. Available at: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2022/09/zvit-shvydka-ocinka-zavdanoyi-shkody-ta-potreb-na-vidnovlennya-ukr-1.pdf>.
 10. Zelene povoenne vidnovlennya Ukraini: visia ta modeli. (2022) [Green post-war recovery of Ukraine: vision and models]. *Analytical note*. August. NGO "Resource-Analytical Center "Society and Environment".
 11. World Inequality Database. Available at: https://wid.world/world/#shweal_p90p100_z/WO/last/eu/k/p/yearly/s/false/75.8425/82/curve/false/country.
 12. Utvorennya vidhodiv za dgerelami (1995–2020). (2022) [Waste generation by source (1995–2020)]. *Ukrstat*. Available at: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/ns/ns_rik/uv_dj_95_20_ue.xls.
 13. Konkurentna platforma ekonomichnoi samodostatnosti Ukraini u globalnomu sviti (2019) [Competitive platform of economic self-sufficiency of Ukraine in the global world]. D. Lukyanenko, A. Poruchnyk, Ya. Stolyarchuk, D. Ilnytskyi, O. Kulakivskyi *Kyiv: KNEU*.
 14. Dimmelmeier, A. (2021). Rethinking Scenario Analysis from a Green and Social Perspectives. *Foundation for European Progressive Studies: Brussels, Belgium*. 13 p. Available at: <https://feps-europe.eu/wp-content/uploads/2021/11/Rethinking-Scenario-Analysis-from-a-Green-and-Social-Perspective.pdf>
 15. Lee, J.-Y., J. Marotzke, G. Bala, L. Cao, S. Corti, J.P. Dunne, F. Engelbrecht, E. Fischer, J.C. Fyfe, C. Jones, A. Maycock, J. Mutemi, O. Ndiaye, S. Panickal, and T. Zhou (2021): Future Global Climate: Scenario-Based Projections and Near-Term Information. *In Climate Change 2021: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom and New York, NY, USA*, pp. 553–672, DOI: <https://doi.org/10.1017/9781009157896.006>.

УДК 339

DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-1-3>

Shevchenko Iryna

PhD, Associate Professor,

Doctoral Student of the Department of International Economics,

Western Ukrainian National University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8188-3551>

Imnadze Iraklii

Postgraduate Student of the Department of International Economic Relations

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8226-0249>

Шевченко І.О.

кандидат економічних наук, доцент,

докторант кафедри міжнародної економіки

Західноукраїнського національного університету

Імнадзе І.Н.

аспірант кафедри міжнародних економічних відносин

Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

MECHANISM OF GLOBAL MARKETS: DEVELOPMENT, FUNCTIONING AND TRENDS

МЕХАНІЗМ ГЛОБАЛЬНИХ РИНКІВ: РОЗВИТОК ТА ТЕНДЕНЦІЇ

The work examines the mechanism of global markets, their development, functioning and trends. The study reveals the theoretical basis of the global market by means of its structuring. The work highlights the features of the global market sectors, the mechanism of the global market was built taking into account the global economy. In today's environment, all aspects of life are undergoing globalization over time. Thanks to global processes, the transformation and transition of the international system into the global one, in this case, the transformation of the international market into the global market, takes place. The study of issues related to the global economy is quite relevant in modern society, and this leads to the increased development of global markets, their formation and effective functioning. Global markets are the dominant functional structures of the modern global economic system.

Key words: digitization, transformation, digital economy, globalization, digital model, intellectual capital, inclusiveness.

В роботі розглядається механізм глобальних ринків, їх розвиток, функціонування та тенденції. В дослідженні розкрито теоретичне підґрунтя глобального ринку шляхом його структуризації. В роботі виділено особливості галузей глобального ринку, таких як: глобальний ринок товарів та послуг, глобальний ринок праці, глобальний фінансовий ринок, глобальний ринок технологій як форму реалізації технологічного ресурсу глобального економічного розвитку та міжнародних науково-технологічних відносин, глобальний ринок міжнародних тендерів; сформовано тенденції розвитку глобальних ринків; побудовано механізм глобального ринку з урахуванням глобальної економіки. У сучасному середовищі з часом всі аспекти життя проходять через глобалізацію. Завдяки глобальним процесам і відбуваються трансформація та перехід міжнародної системи у глобальну, в даному випадку, трансформація міжнародного ринку у глобальний ринок. Дослідження проблем, пов'язаних із глобальною економікою, є досить актуальним у сучасному суспільстві, що зумовлює посилений розвиток світових ринків, їх формування та ефективне функціонування. Таким чином глобальні ринки є домінуючими функціональними структурами сучасної глобальної економічної системи. Завдяки міжнародним комунікаційно-інформаційним системам і численним суб'єктам, що здійснюють міжнародну економічну діяльність, відбувається перетворення міжнародної економіки в глобальну, а отже, перехід міжнародного ринку в глобальний. Глобальний ринок являє собою вищий етап розвитку і трансформації ринкової глобальної економіки. Можна зробити висновок, що глобальний ринок – це явище товарного виробництва, яке переросло національні кордони. Варто зазначити, що для країн, які прагнуть якнайшвидшої інтеграції у світовий господарський комплекс, вкрай необхідним є вивчення та аналіз особливостей розвитку світового ринку в сучасних умовах, тобто в умовах глобалізації. Метою дослідження є розкриття механізму функціонування глобальних ринків шляхом визначення тенденцій розвитку та систематизації структури глобальних ринків.

Ключові слова: ринок фінансовий, фондова біржа, глобалізація, цифровізація, технології, глобальна економіка.

Formulation of the problem. Global economic integration is not a new phenomenon. Some communication and trade took place between distant civilizations even in ancient times. The process of globalization in the economic sphere always tends to rapid development. In recent years, the pace of economic globalization has been particularly fast. Three fundamental factors have influenced the process of economic globalization and are likely to continue to drive it in the future. First, improvement and transfer of economically useful knowledge and technologies. Secondly, the use of opportunities provided by the reduction of costs due to the growth of economic integration. Thirdly, state policy significantly influenced the nature and pace of economic integration. It is these factors that led to the emergence of global markets as a means for its sustainable development.

Analysis of recent research and publications. The paper considered the works of such scientists as: Biletska L., Savych V., Biletskyi O. [1], Zavydivska O. I. [2], Oshurkova T. H. [3], which revealed global markets, international trade and market theories. Also, in order to achieve the goal of the study, the authors studied the works of scientists: Grimsley S. [7], Hanson G. [8], Roca C. [9], which revealed the theoretical essence of global markets, revealed the role, importance and advantages of the global market and global trade.

The analysis of the sources allowed the authors to make sure that there are currently no additions that would have researched the structure and mechanism of global markets.

Setting objectives. In today's highly competitive global markets, a country's ability to produce high-quality products is directly related to its economic success, and it is worth understanding how exactly the mechanism of global markets works. The purpose of the study is to reveal the mechanism of global markets by determining development trends and systematizing the structure of global markets.

Presentation of the main research material. Globalization is caused by the information revolution, the development of global telecommunications and digital electronic networks (networked international electronic systems, information exchange systems from electronic networks, electronic banking and trading systems, blockchain technology, artificial intelligence, etc.). The information product is weakly dependent on production costs and competition. High mobility of information through digital communication networks accelerates market processes. In the economy of the information society, trends are developing towards the decentralization of management, a greater orientation towards horizontal connections, which contradicts the hierarchical institutions that have developed in the global economy. The development of commodity exchange in the conditions of globalization caused the emergence of international markets. (The structure of the global market is shown in Figure 1).

Thus, as can be seen from Figure 1 the global market combines the global market for goods and services, the global labor market, the global financial

market, the global technology market, and the global market for international tenders. To achieve the goal of the research, the author proposed to reveal the content of each structural element.

The global market of goods and services is a sphere of trade relations between different countries, which is based on the development of the international division of labor. The global market of goods and services was formed on the basis of the development of international trade as a form of economic relations between countries specializing in the production of certain types of products.

The global market for goods and services is a system of intersecting interests of buyers and sellers of services, the functioning of which is regulated by market laws. The main features of the global market of goods and services include the following:

1) systemic development, which means that the service market is considered as a whole system with many interconnected components;

2) sensitivity to market changes, which is caused by constant fluctuations in the demand and supply of services on the market;

3) high rate of capital turnover associated with a short production cycle in the service sector; constant growth of the range of services.

4) The global market of goods and services as a category of the international economy functions in accordance with the basic laws of the market economy, namely: the law of value, the law of supply and demand, the law of labor productivity growth, the law of accumulation, the law of proportional development. The regularities of the development of the service sector should be seen in the gradual involvement of individual countries in the world market of services, the intertwining of their economic interests in this field, the dynamism of the development of national service markets, which is manifested in the growth of the volume of service provision. The global markets for goods and services are dominated by eight countries: the USA, Great Britain, France, Germany, Japan, Belgium, the Netherlands, and Italy, which account for 2/3 of world exports of services and more than 50% of imports. The share of the first five makes more than 50% of exports, with a much lower share of imports. At the same time, four countries (the USA, Great Britain, Germany, France) account for 44% of the entire world export of services. The export quota of the USA and Great Britain on the world market is equal to 30%, the import quota is much lower.

The global labor market. The formation of the global labor market today takes place under the influence of dynamic processes of integration, regionalization, internationalization of the world economy and is characterized by the acquisition of the sphere of social and labor relations of a global nature. The global labor market is a set of global labor resources as the sum of the entire employed (real and potential) population of the world, including international labor migrants.

The global financial market is a whole system of markets that ensures the accumulation and redistribution of international financial flows. With

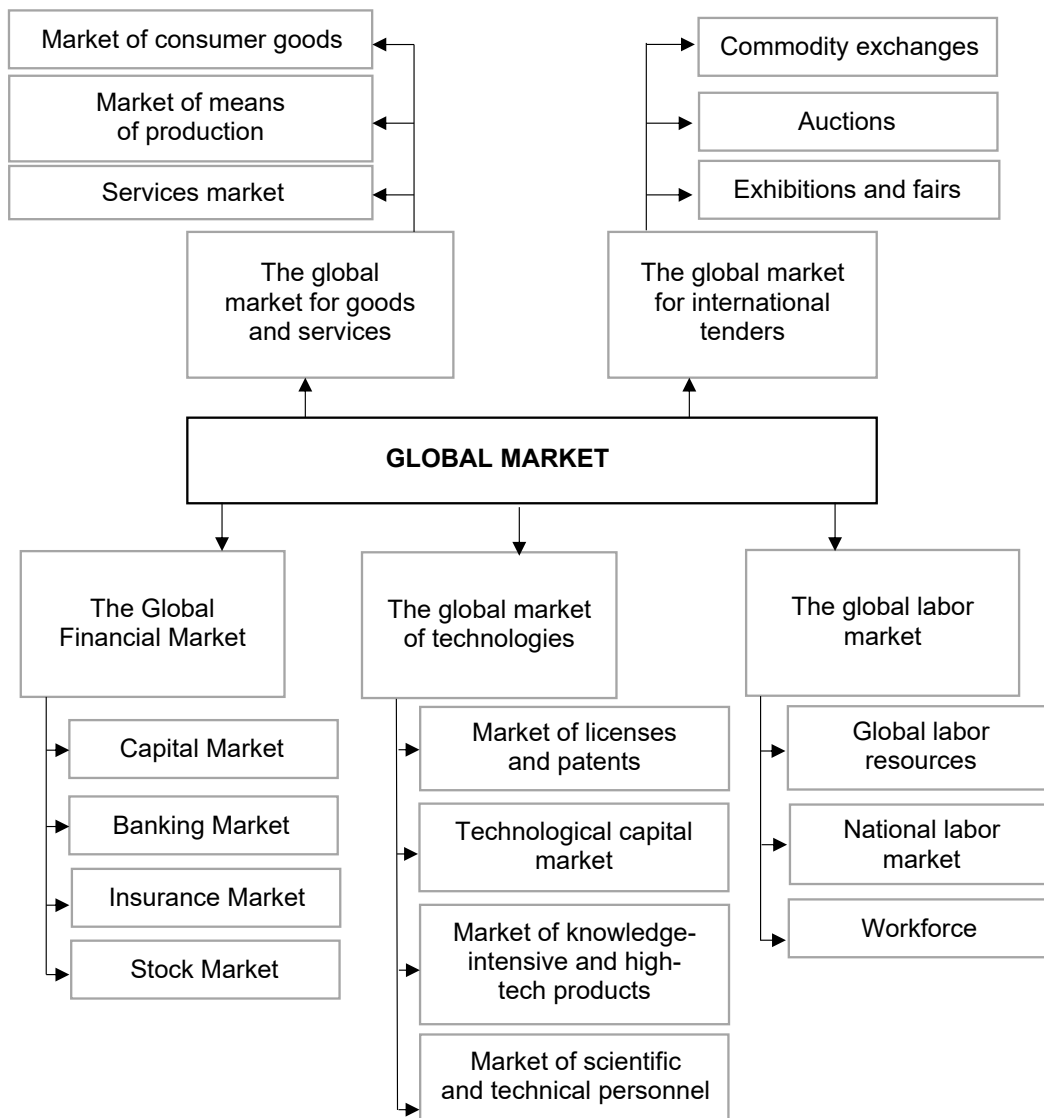


Figure 1. The structure of the global market

Source: summarized by the authors

the help of the accumulative-distributive mechanism of such a market, international capital migration is carried out. The main functions of the global financial market are: provision of international financial liquidity, i.e. the ability at the supranational level to quickly attract financial resources, assets, cash flows in various forms and on the basis of favorable conditions; ensuring the international movement of capital, i.e. enabling market subjects (firms, state governments, households, individuals) to invest financial resources in long-term investments.

The global technology market is a set of international economic relations regarding the profitable use of property rights to its objects: technology of products, processes and management. The objects of this market can have a tangible or intangible appearance. Commodities of the production sphere, which move between countries through international trade channels, belong to the tangible goods. The subjects of the global technology market include: the state, a company, a university, a

foundation and individuals (specialists and scientists). Technology market objects are a tangible form of intellectual property (various equipment, units, tools, technological lines, etc.) and an intangible form of intellectual property (various technical documentation, experience, knowledge, etc.). The largest share of the global technology market belongs to the USA, Great Britain, Japan, France and Germany, which carry out more than 60% of international technological exchanges. Industrialized countries in general account for almost 90% of the global technology market and related spending in this area.

Global market of international tenders. (Commodity exchanges, auctions, exhibitions-fairs).

Global market trends play an important role in determining or adjusting behavior. These trends relate to legal, technological, political, economic, demographic, geographic, social, cultural and environmental changes (Figure 2).

Thus, as can be seen from Figure 2, one of the trends in the development of global markets is the

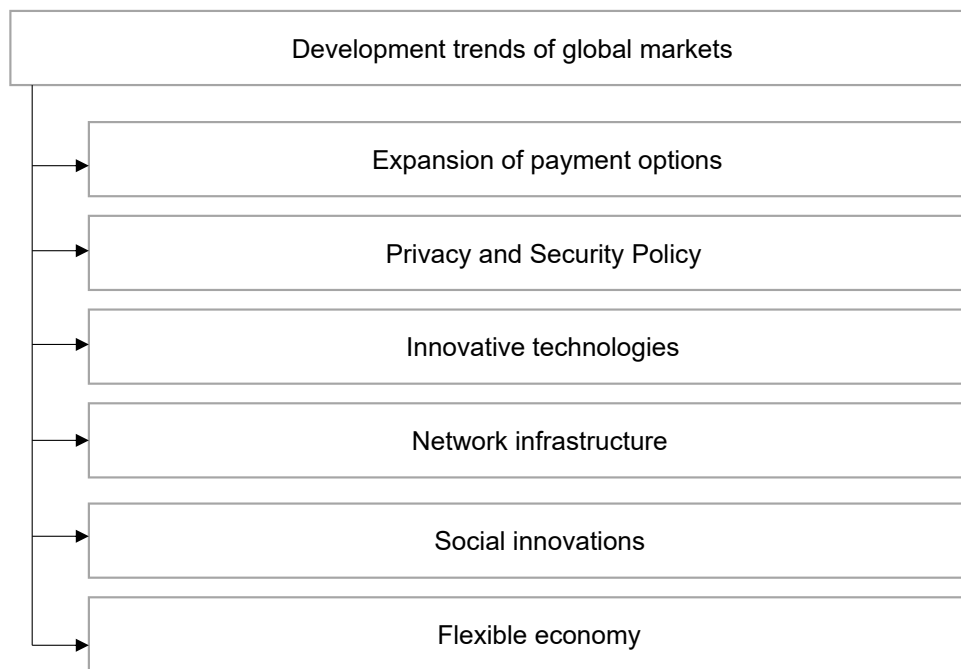


Figure 2. Trends in the development of global markets

Source: defined by the authors on the basis of [1; 4; 7]

expansion of payment options. Many owners of leading online stores use traditional payment tools, but the demand for innovative payment methods is growing. A move to meet this demand is fueling the further expansion of online retail, particularly through Apple Pay and other contactless payment systems.

Security and privacy issues are also among the trends in the development of global markets that can limit market growth in the future. Innovative technologies through the technological process contribute to the development of global markets. The network infrastructure ensures the creation of an inclusive digital economy in global markets and will contribute to its development. Social innovation involves bringing together organizations from the public and private sectors, as well as civil society, to develop new products and services to meet social needs. The tendency towards flexible and joint development of the economy helps to meet the needs for flexible work schedules and telecommuting options. People increasingly share human, physical and intellectual resources.

As can be seen from Figure 3, the mechanism of the global market, taking into account the global economy, consists in a combination of forms (for example, international commodity, currency, stock exchanges, TNCs, the IMF, the World Bank, the International Bank for Reconstruction and Development), methods (international trade in goods and services, international labor migration, international movement of capital, international technology transfer, etc.) and means (export, import, FDI, international credit, etc.). With the help of these criteria, the functioning of global markets is ensured and the global level of the world economy is formed. From this, it can be con-

cluded that the movement of goods, services, capital, labor, technology and knowledge, money (currency) is carried out in the relevant markets and their prices are set in within the limits of the global level of the world economy.

Conclusions. The main theoretical foundations of global markets were considered in this study. The work examines the impact of globalization on economic markets. Modern processes of globalization are generated by economic factors: social division of labor, scientific and technical progress in the conditions of a market economy, interstate integration processes, international public associations and non-governmental organizations, various forms of international cultural exchange and communication. Globalization revealed the need for radical restructuring of labor organization and greater emphasis on labor relations. Globalization does not only bring benefits; it is full of negative consequences or potential problems that some critics see as great dangers. The global market primarily provides: optimization of the use of production factors in the world global environment; informing manufacturers and consumers about the availability and price of goods; objective assessment of production activity, taking into account international, world standards and criteria of product quality, etc.

The authors considered the peculiarities of the global market industries, determined the development trends of global markets, and built the mechanism of the global market taking into account the global economy. In the author's opinion, the development of a strategy for the development of digital trade on global markets should be indicated as a direction for further research.

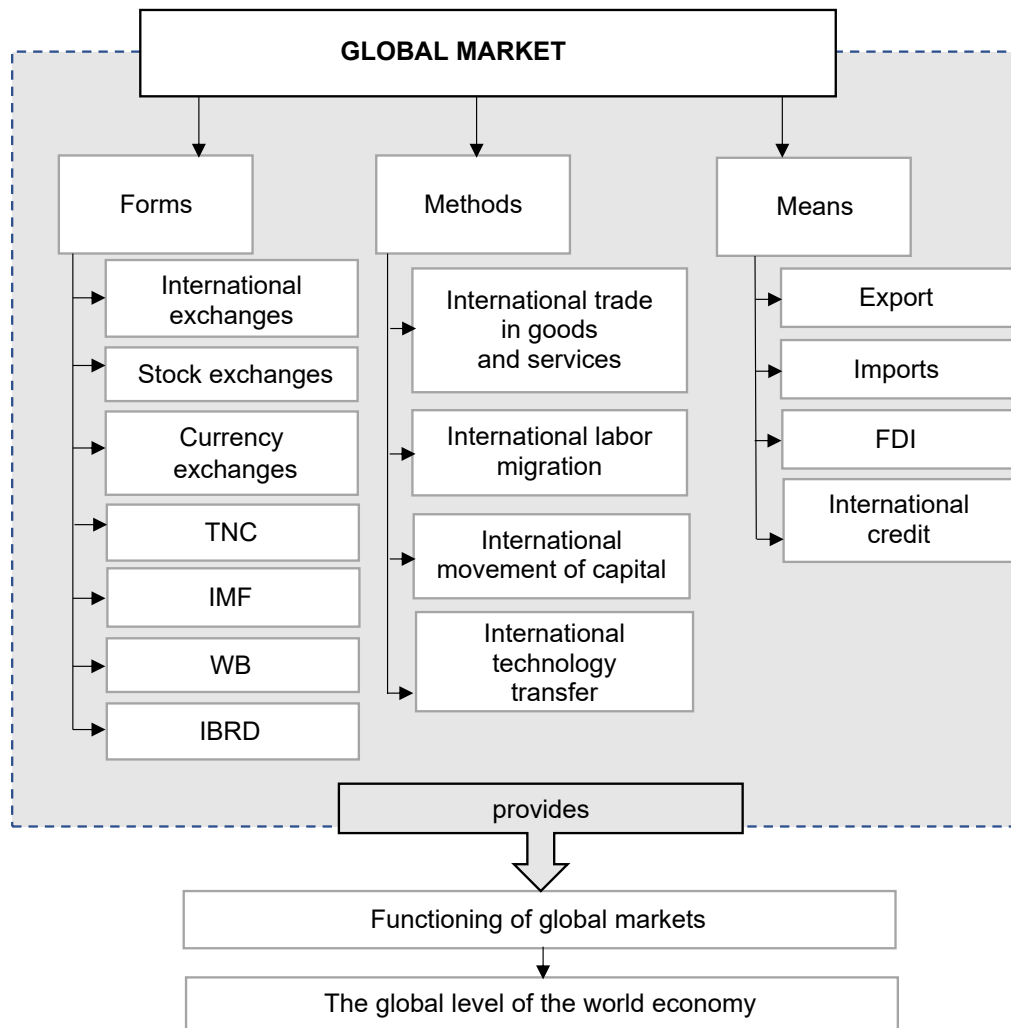


Figure 3. The mechanism of the global market taking into account the global economy
 Source: construct by the author on the basis of [5; 6; 8]

References:

1. Biletska, L., Savych, V., & Biletskyi, O. (2019). Svitovyi rynek. Mizhnarodna torhivlia. Teorii rynku [Global market. International trade. Market theories] *Ekonomichna teoriia. Politekonomiia, mikroekonomika, makroekonomika*. Available at: https://pidru4niki.com/1584072038038/politekonomiia/ekonomichna_teorija.
2. Zavydivska, O. I. (2020) Svitovyi rynek tovariv i posluh [Global market of goods and services]. *Lvivskiy derzhavnyi universytet fizychnoi kultury imeni Ivana Boberskoho*. Available at: https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/28118/1/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F%20%E2%84%964_%D0%9C%D0%95%D0%92%20_2020.pdf
3. Oshurkova, T. H. (2019). Svitovyi rynek [Global market]. *Tsentr upravlinnia. finansamy*. Available at: <https://center-yf.ru/data/economy/mirovoy-rynok.php>.
4. Shevchenko, I. O. (2022). Formuvannya metodolohichnoho pidkhodu do vyznachennia rozvytku tsyfrovoi torhivli na hlobalnykh rynekakh [Formation of a methodological approach to determining the development of digital trade in global markets]. *Tsyfrova ekonomika ta ekonomichna bezpeka*, 3(03). Available at: <http://dees.iei.od.ua/index.php/journal/article/view/111>. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.3-12>.
5. Shevchenko, I. O. (2022). Hlobalni problemy yak skladova systemy hlobalnoi ekonomiky [Global problems as a component of the global economy system]. *Problemy ta perspektyvy rozvytku pidpriemnytstva: Materialy KhVI Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii*. P. 162–164.
6. Shevchenko, I.O. (2022). Adaptatsiia biznes-modeli pidpriemstv Ukrainy do tsyfrovoy torhivli na hlobalnykh rynekakh [Adaptation of the business model of Ukrainian enterprises to digital trade on global markets]. *VII Mizhnarodna naukovopraktychna konferentsiia «Theoretical methods and improvement of science»* P. 68–72.
7. Grimsley, S. (2021). The Importance of the Global Market and Global Trade: Role & Advantages. *Academy Study.com*. Available at: <https://study.com/academy/lesson/the-importance-of-the-global-market-and-global-trade.html>.
8. Hanson, G. (2022, December 23). What is a Global Market? *SmartCapitalMind*. Available at: <https://www.smartcapitalmind.com/what-is-a-global-market.htm>.
9. Roca, C. (2022). Global market definition | Digital Marketing. *The Power, business school*. Available at: <https://www.thepowermba.com/en/blog/global-market-definition-digital-marketing>.
10. The Browse dictionary. Global market. Available at: <https://the-definition.com/term/global-market>.
11. The Cambridge Business English Dictionary. Global market. Available at: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/global-market>.
12. The Longman Dictionary of Contemporary English. Global market. Available at: <https://www.ldoceonline.com/dictionary/global-market>.

13. Yaroshenko, M. (2020). The global market of investments and finance. *MindMeister*. Available at: <https://www.mindmeister.com/1441095149>.

Бібліографічний список:

1. Білецька Л., Савич В., Білецький О. Світовий ринок. Міжнародна торгівля. Теорії ринку. *Економічна теорія. Політекономія, мікроекономіка, макроекономіка*. 2019. URL: https://pidru4niki.com/1584072038038/politekonomiya/ekonomichna_teoriya.
2. Завидівська О. І. Світовий ринок товарів і послуг. *Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського*. 2020. URL: https://repository.idufk.edu.ua/bitstream/34606048/28118/1/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F%20%E2%84%964_%D0%9C%D0%95%D0%92%20_2020.pdf.
3. Ошуркова Т. Г. Світовий ринок. *Центр управління фінансами*. 2019. URL: <https://center-yf.ru/data/economy/mirovoou-rynok.php>.
4. Шевченко І. О. Формування методологічного підходу до визначення розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. Випуск 3(03). URL: <http://dees.iei.od.ua/index.php/journal/article/view/111>. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.3-12>
5. Шевченко І. О. Глобальні проблеми як складова системи глобальної економіки. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва: Матеріали XVI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 25 листопада 2022 року). Харків : ХНАДУ. 2022. С.162–164
6. Шевченко І. О. Адаптація бізнес-моделі підприємств України до цифрової торгівлі на глобальних ринках. VII Міжнародна науково-практична конференція «Theoretical methods and improvement of science», 12–14 грудня 2022 р., Бордо, Франція. С. 68–72.
7. Grimsley, S. The Importance of the Global Market and Global Trade: Role & Advantages. *Academy Study.com*. 2021. URL: <https://study.com/academy/lesson/the-importance-of-the-global-market-and-global-trade.html>.
8. Hanson G. What is a Global Market? *SmartCapitalMind*. 2022. URL: <https://www.smartcapitalmind.com/what-is-a-global-market.htm>.
9. Roca C. Global market definition | Digital Marketing. *The Power, business school*. 2020. URL: <https://www.thepowermba.com/en/blog/global-market-definition-digital-marketing>.
10. The Browse dictionary. Global market. URL: <https://the-definition.com/term/global-market>.
11. The Cambridge Business English Dictionary. Global market. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/global-market>
12. The Longman Dictionary of Contemporary English. Global market. URL: <https://www.ldoceonline.com/dictionary/global-market>.
13. Yaroshenko M. The global market of investments and finance. 2020. *MindMeister*. URL: <https://www.mindmeister.com/1441095149>.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 330.34:330.35

DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-1-4>

Бобровська О.Ю.

*доктор наук з державного управління, професор,
професор кафедри економіки та соціально-трудо­вих відносин
Університету митної справи та фінансів*

Bobrovska Olena

*Doctor for Public Administration, Professor,
Professor of the Department of Economics and Social and Labor Relations,
University of Customs and Finance*

КОНЦЕПТУАЛЬНІ СКЛАДОВІ ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНОГО СПОСОБУ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЕКОНОМІЧНИХ І СОЦІАЛЬНИХ СИСТЕМАХ

CONCEPTUAL COMPONENTS OF THE FORMATION AND IMPLEMENTATION OF THE CORPORATE WAY OF ORGANIZING ACTIVITIES IN ECONOMIC AND SOCIAL SYSTEMS

Корпоративне управління є одним із визначальних факторів підвищення інвестиційних можливостей і конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, створених на корпоративних засадах. В Україні корпоративний сектор економіки почав формуватись з часу її незалежності. Однак назвати успішним цей досвід можна лише умовно. Питанням розвитку корпоративного управління присвячено чимало наукових праць. Існує низка законодавчих, правових і нормативних документів для застосування корпоратизму в практиці економічної діяльності. Але залишалося багато питань, що потребують подальшого дослідження. У статті наведені результати дослідження корпоратизму як корпоративного способу організації діяльності, формування корпоративних відносин і управління, який складається з видів корпоративних відносин, корпоративних прав, принципів корпоративного управління, корпоративної культури і корпоративної соціальної відповідальності в їх тісному взаємозв'язку, взаємозалежності, послідовності їх формування і реалізації в процесі корпоративної діяльності. Його запропоновано розглядати як процес втілення правових, економічних, соціальних, управлінських і виробничих знань у практику спільної поведінки і принципи практичної діяльності. Корпоратизм формується на сукупності теоретичних, методичних і практичних засад діяльності людей з побудови і реалізації ефективної системи господарювання, яка будується на фундаментальних наукових і соціальних організаційних принципах і технологіях корпоративної соціальної відповідальності, акумулює і розвиває людський потенціал, спрямовує його використання на підвищення ефективності результатів. Наведені докази відсутності перепон у можливостях та доцільності застосування корпоратизму не тільки в економічній сфері, а й у будь-якій діяльності і соціальній сфері. Наведений зміст основних видів корпоративних відносин і модель проєктування корпоративного способу організації діяльності. Це надає можливість розкрити його особливості і специфіку, поглибити й розширити змістовно-функціональне наповнення корпоратизму і його спеціалізацій для широкого застосування в різних сферах діяльності. Умовою практичного використання запропонованого способу організації спільної діяльності суб'єктів господарювання на засадах корпоратизму є системність в опануванні і застосуванні його концепції, операційних і технологічних заходів й одночасне сумісне проєктування його складових з реалізацією механізмами їх реалізації.

Ключові слова: корпоратизм, корпоративний спосіб організації діяльності, корпоративне управління, економічна сфера, соціальна сфера, формування, реалізація.

Corporate governance is one of the determining factors in increasing investment opportunities and competitiveness of business entities created on a corporate basis. In Ukraine, the corporate sector of the economy began to form with the use of corporate governance since its independence. However, this experience can be called successful only conditionally. Many scientific works are devoted to issues of corporate governance development. There are a number of legislative, legal and normative documents for the application of corporatism in the practice of economic activity. But there were many questions that needed further research. The article presents the results of the study of corporatism as a corporate way of organizing activities, forming corporate relations and management, which consists of types of corporate relations, corporate rights, principles of corporate governance, corporate culture and corporate social responsibility in their close relationship, interdependence, sequence of their formation and implementation in the course of corporate activity. It is suggested to consider it as a process of implementation of legal, economic, social, managerial and industrial knowledge into the practice of joint behavior and principles of practical activity. Corporatism is formed on the set of theoretical, methodical and practical foundations of people's activities to build and implement an effective management system, which is built on fundamental scientific and social organizational principles and technologies of corporate social responsibility, accumulates and develops human potential, directs its use to increase the efficiency of results. Evidence of the absence of obstacles in the possibilities and expediency of the application of corporatism is provided not only in the economic sphere, but also in any activity and social sphere. The content of the main types of corporate relations and the model of the processes of corporate organization of activity and management are given. This provides an opportunity to reveal its features and specificity, to deepen and expand the substantive and functional content of corporatism and its specializations for wide application in various spheres of activity. The condition for the practical use of the proposed method of organizing the joint activity of business entities on the basis of corporatism is systematicity in mastering and applying its concept, operational and technological measures, and simultaneous joint design of its components with processes and mechanisms for their implementation.

Keywords: corporatism, corporate way of organizing activities, corporate management, economic sphere, social sphere, formation, implementation.

Постановка проблеми. Поставлені українською владою амбітні завдання стосовно досягнення цілей сталого розвитку країни, підвищення якості життя народу України і прискорення руху до вступу України в ЄС були порушені ганебною агресивною війною, розв'язаною Росією. Збитки, завдані Україні – шокуючи: падіння ВВП, зупинка роботи майже половини підприємств, приблизно 14 мільйонів українців покинули свої домівки, щонайменше 5 мільйонів втратили роботу, знизився рівень заробітної плати, а видатки бюджету зросли майже вдвічі. Урядові програми підтримки та заходи стабілізації соціально-економічного стану не встигають повернути негативні процеси у зворотному напрямі. До того ж в українській економіці зберігаються проблеми довоєнного часу, успадковані через вади мирного часу. Тому пошук і реалізація шляхів подолання економічних і соціальних проблем України, опанування нею процесів відновлення і зростання економіки стають ключовими напрямками діяльності української влади і населення [10].

Щоб вивести економіку України на траєкторію відродження і стійкого економічного зростання необхідна мобілізація всіх наявних ресурсів. Перед країною постало надзвичайно складне завдання: відновлення економіки, яка постраждала від наслідків війни, не лише на основі відтворення усталеного ритму функціонування і плину економічних процесів, їх обсягів і результатів у виробничій, економічній, соціальній та інших системах країни, а й на інноваційній основі інтелектуалізації і соціалізації суспільної діяльності, застосування світових інноваційних процесів і якомога повного залучення їх до подолання проблем українського народу, підвищення його згуртованості і продуктивної віддачі під час участі в процесах релаксації і розвитку країни.

У складі дієвих факторів впливу на формування і реалізацію позитивних тенденцій економічного й соціального відновлення і зростання важливе місце посідає корпоратизм. Його можна розглядати як нематеріальний чинник впливу на підвищення результатів діяльності, ефективний спосіб її організації, формування трудових, соціальних та інших відносин в управлінні державною, комунальною та іншими видами власності. Корпоративний спосіб господарювання реалізує ідею, філософію і реальну практику спільної діяльності в господарських та інших процесах. Він ґрунтується на спільних інтересах працівників суб'єктів господарювання, бізнесу і держави. Завдяки науково обґрунтованій побудові корпоратизм має невичерпні можливості позитивного впливу на очікувані результати. Тому увага до цього способу господарювання не зменшується, а наукові дослідження його подальшого розвитку не втрачають актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед наукових праць з теорії розвитку корпоратизму вагоме місце посідають праці зарубіжних учених: А. Берклі, Дж. Мінза, М. Йенсена, А. Сміта, Дж. Ст. Мілля, К. Маркса, Р. Гільфердінга, Дж. Гелбрейта, П. Самуельсона, А. Маршалла, Т. Веблена, У. Гамільтона, Р. Коуза, Е. Фрідмена та ін. [12; 14; 16]. У стратегіях ринкових перетворень в Україні корпоративному підходу належну увагу приділяли у своїх працях українські вчені: А. Амоша, П. Буряк, О. Вакульчик, О. Сірко, Т. Дяченко, В. Євтушенко, О. Поважний, Л. Федулова, Ю. Петруня, А. Македон та ін. [17]. Суб'єкти корпоративних правовідносин досліджували: В. Белов, О. Вінник, І. Еремичева, В. Кравчук, І. Лукач, В. Щербина [15].

Аналізуючи ступінь наукових здобутків українських вчених, слід зазначити, що їх результати

достатньо широко використовуються в нормативно-законодавчих документах (законах, указах, розпорядженнях, положеннях тощо), при створенні організаційно-правових форм господарювання – акціонерних товариств і підприємств та управління ними. За період незалежності в Україні була прийнята велика низка нормативно-законодавчих документів стосовно створення корпоративної частини державної і комунальної власності. Але і сьогодні далеко не всі можливості ефективного корпоративного способу господарювання використовуються, що спонукає до продовження досліджень у цьому напрямі.

Постановка завдання. Конкретизувати зміст економічної і соціальної сутності корпоратизму як ідеї, філософії, суспільного явища, об'єднуючого, стимулюючого і організаційного чинника забезпечення співпраці в практиці управління суспільною діяльністю. Визначити його основні складники, їх сутність і взаємопов'язаність, що в сукупності формують ефективний спосіб організації діяльності, корпоративних відносин і корпоративного управління.

Виклад основного матеріалу. *Корпоратизм* (від пізньолат. *corporation* – об'єднання, співтовариство) – це спільне володіння (співволодіння) власністю, за якого розвиток суспільного життя здійснюється через договірні відносини в процесі задоволення суспільством групових та особистих інтересів. Корпоратизм розглядається в різних аспектах – як спосіб спільного володіння власністю, як ідея і філософія соціально-економічного розвитку, як тип соціально-політичної і духовної організації суспільства, як спосіб взаємодії, як метод і принципи організації діяльності.

Значний період часу корпоратизм розглядався переважно з позиції економічних відносин, що базуються на акціонерному капіталі. З часом термін «корпоратизм» став вживатись для позначення організації діяльності підприємств найманих працівників і господарюючих спільнот різних напрямів, за яких провідна роль належить відповідній соціальній інституції. Сьогодні корпоратизм – це нова філософія та управлінська технологія, що передбачає зміни у формуванні власності в умовах діяльності з розподілом повноважень щодо управління нею. Частіше корпоратизм розглядається як метод об'єднання людей, які прагнуть задовольнити власні інтереси за рахунок об'єднання праці, знань, спільної рівноправної діяльності. Найважливішою характеристикою корпоратизму на сучасному етапі стала суспільна соціальна взаємодія, що спирається на прийняття правил поведінки згідно із законами співтовариства, здатність інтегрувати й розподіляти цінності, укріплювати всі існуючі види зв'язків. Корпоратизм використовується для розвитку творчого потенціалу продуктивних можливостей, формування соціальної організації спільної діяльності, інтеграції та об'єднання всіх чи багатьох у процесах самоорганізації і саморозвитку.

Особливість корпоратизму полягає в тому, що він здатен консолідувати зусилля людей, спря-

мувати їх на розвиток життєвих сил, створення сприятливого економічного, соціального, екологічного й духовного життєвого простору, підвищення якості життя, укріплення соціальної та особистої безпеки шляхом об'єднання управлінських зусиль, що розосереджені на окремих напрямках діяльності. Його цілі відрізняються конкретною спрямованістю і прив'язаністю до конкретних частин суспільства, специфіки території, звичаїв тощо. Можливості корпоратизму дозволяють його широко використовувати у створенні нових й удосконаленні наявних організаційно-правових форм праці, які відображаються в принципах, правилах і методах діяльності, у правилах побудови взаємодії учасників ринку. Корпоратизм як принцип організації передбачає об'єднання інтересів, об'єднання інтересів і капіталу, об'єднання капіталу. Залежно від цього і продукуються сфери застосування цього методу, формулюються цілі й способи застосування. Але в процесах сучасних еволюційних перетворень у суспільстві зміст корпоратизму розширився, виокремились нові сфери його застосування. Корпоративні процеси, окрім економічної сфери, почали застосовуватись у соціально-економічній, суспільній, політичній та інших сферах. При цьому виокремились і розмежувались усі його складники і процеси. Стали чітко виділятися правові, організаційно-правові, структурні складники. Залежно від цілей застосування корпоратизму, питома вага складників змінюється і формуються нові суб'єкти його застосування.

Корпоративні відносини виникають між учасниками, засновниками, акціонерами та іншими зацікавленими інституціями стосовно формування і дотримання корпоративних прав, які являють собою сукупність правовідносин, що належать одній особі чи колективу суб'єктів господарювання, які обирають корпоративний спосіб управління. К. Девіс розглядає суб'єкт господарювання як свого роду спільне підприємництво, яке об'єднує менеджерів, інвесторів, працівників, представників місцевої громади і їхні групи для спільної діяльності. Вони всі разом відповідають за задоволення не тільки економічних, але й соціальних, психологічних, політичних та інших очікувань суспільства [13].

У складі організаційно-правових форм господарювання в економічних системах багатьох країн стали створюватись компанії, корпорації, акціонерні товариства, холдинги тощо, які забезпечили їх надійний економічний розвиток. До загальносуспільного тренду застосування корпоратизму приєдналась і Україна. Вона створила досить потужну нормативну базу обґрунтування, створення і функціонування організаційно-правових форм діяльності, побудованих на корпоративних економічних відносинах [1–8; 22], імплементуючи ідеї корпоратизму в економічну і соціальну політику, в концепцію корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.

Принципові питання змісту і побудови корпоративних відносин визначаються в Господарському і Цивільному кодексах України [6; 7], за-

конах України «Про акціонерні товариства» [1], «Про Державну програму приватизації» [4] та в інших нормативно-законодавчих актах на рівні держави, обласних і місцевих організаційно-правових документах органів виконавчої влади і суб'єктів господарювання. Вони присутні в статутах, кодексах, договорах, положеннях про органи корпоративного управління і положеннях структурних підрозділів органів управління, у посадових інструкціях виконавців. Але наявність такої кількості документів ще не свідчить про впорядкованість і достатню систематизацію і визначеність корпоративного способу господарювання, навіть при їх використанні в споріднених процесах управління. Тому дії щодо їх упорядкування продовжуються. Так, у березні 2020 р. в Україні був прийнятий Кодекс корпоративного управління [22]. Він покликаний стандартизувати практику корпоративного управління. Запропоновані заходи повинні охоплювати: визначення цілей і прав акціонерів, роль зацікавлених сторін, обов'язки і права членів наглядових рад, стосунки з правлінням, розкриття інформації та прозорість системи внутрішнього контролю, етичні стандарти й оцінювання якості цього виду управління.

Говорячи про позитивний вплив процесів корпоратизму в суспільстві, слід зазначити, що поки вони здійснюються недостатньо системно, зладжено і не дають очікуваних результатів. Сфера застосування корпоративного управління розглядається надзвичайно вузько. Це переважно економічні питання акціонованих підприємств і акціонерних товариств. Але досі ці підприємства не набули очікуваного рівня розвитку. Також має місце безсистемність і відсутність вжитих заходів. Про це свідчать результати діяльності державних акціонерних підприємств і товариств, їх суттєве кількісне зменшення за останні 15 років (рис. 1).

Однією з причин такого стану є відсутність системи практичної методології проектування і побудови корпоратизму, застосування якої включало б цілісний, одночасний розгляд і формування всіх його складників, методів їх поєднання, технологічної взаємодії і застосування з використанням принципів корпоративного управління. При застосуванні й реалізації ідей корпоратизму виокремлюються такі основні поняття: сутність корпоратизму, сфери і об'єкти застосування, корпоративна власність, корпоративні права, корпоративні відносини, принципи корпоративного управління, які і досі потребують уточнення і впорядкованого застосування. Для дослідження невикористаних можливостей більш широкого використання корпоратизму, визначення і розширення сфер його застосування, як способу організації діяльності корпоративних відносин і управління ними, узагальнено його численні визначення з огляду на їх практичні аспекти й умови їх використання.

Корпоратизм при його практичному застосуванні слід розглядати як тип суспільних соціально-економічних відносин, що формується у системі діяльності суб'єктів господарювання на основі державної, комунальної, приватної чи інших видів власності, використовуваних у певних правових структурах господарської та інших видів діяльності, з метою реалізації спільних економічних, соціальних та інших інтересів в економічній і соціальній сферах життя суспільства заради підвищення якості економічного і соціального добробуту і соціально-економічної безпеки.

Узагальнене визначення корпоратизму засвідчує, що для його застосування в суспільній діяльності обмежень не існує. Він може застосовуватись у будь-якій сфері з повним чи частковим використанням змісту його складників, залежно від широти й глибини поставлених цілей, умов і

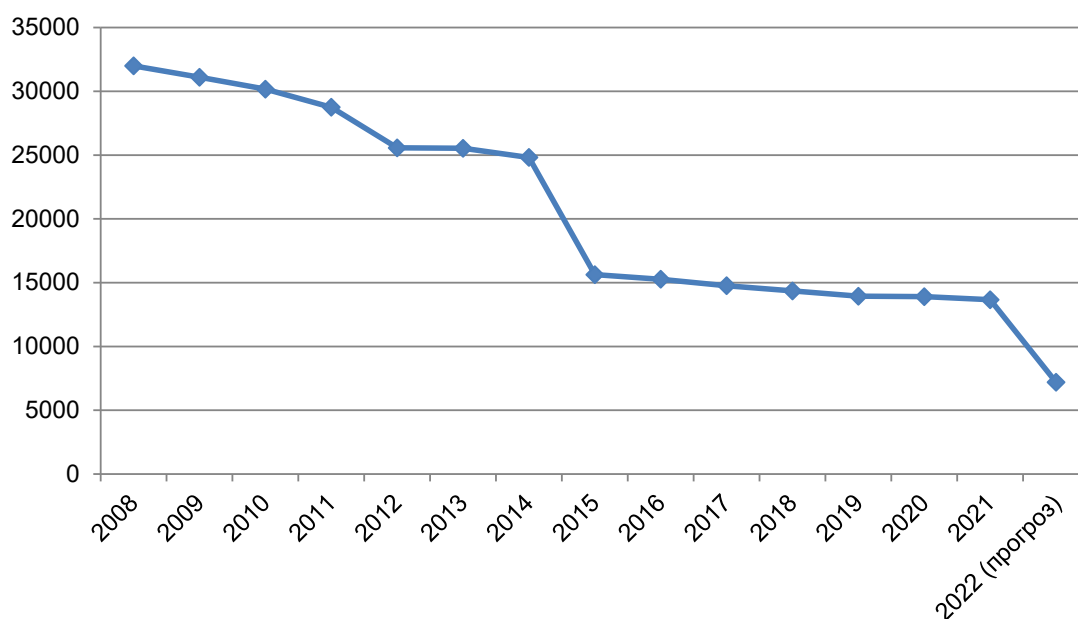


Рис. 1. Динаміка кількості акціонерних товариств в Україні з 2008 до 2022 р.

Джерело: складено за даними з сайту Державної служби статистики України <https://www.ukrstat.gov.ua>

часу їх досягнення. Економічним базисом, що використовується для реалізації спільних інтересів колективів, є особливі обставини чи умови, що передують прийняттю рішень про використання корпоративності і наголошуються ініціаторами застосування цього методу. Зазвичай цими органами стають органи державної або місцевої влади чи колективи підприємств.

Ключову роль у формуванні корпоративних суб'єктів господарювання відіграють корпоративні відносини і корпоративні права [9; 18–21]. Під відносинами взагалі розуміємо стійкі впорядковані прямі і зворотні зв'язки, які встановлюються між людьми в процесах функціонування між органами влади і суспільством, окремими колективами й особами, соціальними організаціями чи групами. Відповідно до ідей корпоративності корпоративні відносини формуються на ґрунті спільної власності, спільних інтересів, спільний шляхів їх забезпечення, спільності інформаційного чи територіального простору і методів реалізації корпоративних інтересів. Останні імплементуються у виконуваних корпоративних функціях в процесах корпоративної діяльності при здійсненні контролю, координуванні, стимулюванні й регулюванні та розподілі очікуваних результатів спільної діяльності. Для корпоративних відносин притаманні: конкретний зміст, стійкість, упорядкованість, прямі й зворотні зв'язки між суб'єктами відносин, принципи і правила здійснення, відповідальність за якість і очікуваний результат. Корпоративні відносини в процесах суспільної діяльності і взаємодії включають систему прав, обов'язків, визначають належну поведінку учасників відносин і охороняються законами. У складі суб'єктів відносин розрізняють велику кількість учасників, які виконують господарчо-правові, цивільно-правові, майнові, фінансові, соціально-трудова, організаційно-управлінські та інші функції у сфері діяльності корпоративного суб'єкта господарювання. Відносини розрізняються за напрямками, змістом, спрямуванням, умовами здійснення й очікуваними результатами та іншими характеристиками. Основною характеристикою корпоративних відносин є їх належність до власності суб'єктів господарювання. У Цивільному кодексі України зазначається, що суб'єктами права власності є український народ та інші учасники цивільних відносин (фізичні та юридичні особи, держава, територіальні громади та інші суб'єкти публічного права). Суб'єктом права державної власності є держава, яка є представником спільних інтересів народу, а суб'єктами права комунальної власності – територіальні громади. Суб'єктами спільної власності є дві або більше особи (співвласники), а приватної – фізичні та юридичні особи. На сучасному етапі суб'єкти господарювання, незалежно від масштабів їх діяльності, являють собою цілісні угруповання із взаємозв'язками та сукупністю інститутів. В них переплітаються економічні, соціальні, екологічні, політичні та інші інтереси, мотиви і прагнення всіх учасників.

Серед основних корпоративних відносин є декілька груп: корпоративно-правові, корпоративно-

економічні, корпоративно-соціальні, корпоративно-управлінські й загальносуспільні корпоративні відносини (таблиця 1).

У більшості законодавчих документів стосовно створення корпоративних суб'єктів господарювання акцент ставиться переважно на економічних відносинах, інші види розглядаються не окремо, а в межах заходів, підпорядкованих застосуванню й дотриманню економічних відносин. Така підпорядкованість нічим не обґрунтована, адже очевидно, що незважаючи на пов'язаність кожен вид відносин має свій зміст, призначення, технологію використання, прямі і зворотні зв'язки. Тому кожен потребує окремої уваги, насамперед від влади і засновників, які впроваджують корпоративний спосіб господарювання. Корпоративні економічні відносини тісно переплітаються з усіма іншими відносинами. Так, вони не можуть бути якісно реалізованими без налагоджених соціальних відносин, оскільки економічно відповідальні дії, спрямовані на інтереси суспільства, не можуть порушувати юридичні права учасників і бути соціально безвідповідальними.

Формування складу і змісту кожного виду корпоративних відносин і породжуваних ними корпоративних прав забезпечують принципи корпоративного управління. Вони містять базові правила, які використовуює вся цивілізована спільнота. У корпоративному управлінні вони розглядаються окремим складником й інструментом його удосконалення. У світовому науковому просторі є багато інформації для вибору принципів корпоративного управління та їх використання. Певний науковий доробок у розбудові принципів корпоративного управління здійснили і українські вчені І. А. Ігнат'єва, Л. О. Птащенко, О. М. Скібіцький, Г. Ю. Штерн та ін. [24].

Принципи корпоративного управління являють собою збірку найкращих світових стандартів, спрямованих на формування якісної і прозорої системи корпоративного управління, підвищення довіри до акціонерних компаній з боку партнерів і їх конкурентоспроможності. У розробці принципів корпоративного управління взяли участь міжнародні організації: ОЕСР (Організація економічного співробітництва та розвитку), ЄБРР (Європейський банк реконструкції та розвитку), МВФ (Міжнародний валютний фонд) і група «Євроакціонери», КЕАА (Конфедерація європейських асоціацій акціонерів) [11]. Важливими принципами корпоративного управління в сучасному світі визначено: принцип правової допустимості, принцип правової юридичної дозволених, принцип економічної корисності (процес створення добробуту акціонерів і компаній), принцип соціальної відповідальності в розумних межах і в межах етичних концепцій. У грудні 2003 р. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку України (НКЦПФР) розробила і схвалила Принципи корпоративного управління. Але враховуючи еволюційний характер такого документу, згодом, а саме через 11 років НКЦПФР (2014 р.) затвердила нові Принципи корпоративного управління, які

Основні групи корпоративних відносин суб'єктів господарювання

Вид відносин	Змістовна спрямованість
Корпоративно-правові	Користування, дотримання і захист корпоративних прав і обов'язків учасниками корпоративних відносин, визначених нормативно-правовою базою їх реалізації, згідно з чинними в державі законами, дотримання і користування соціальними гарантіями
Корпоративно-економічні	Встановлення й отримання певної частки прибутку (дивідендів) і активів як сукупного еквіваленту частки акцій, що належать акціонерам, сформованих унаслідок впливу долі відповідної частки власності підприємств, передбаченої для подальшого розвитку первинних і вторинних фінансових ринків
Корпоративно-соціальні	Створення в колективах умов безпечної роботи, розвиток професійних навичок і набуття нових знань, гарантоване матеріальне стимулювання, рівень заробітної плати та інші соціальні бонуси. Дотримання внутрішніх і зовнішніх взаємних соціальних зобов'язань, прав, що виникають на основі соціальних відносин влади і партнерів між державою та іншими інститутами суспільства. Дотримання і розвиток відносин соціального корпоративного партнерства і спільної соціальної відповідальності. Розвиток соціального і людського капіталу.
Корпоративно-управлінські	Владно-адміністративні: правове регулювання обов'язків і прав у системі спільної діяльності. Захист законних інтересів і дотримання відповідної поведінки кожним учасником. Участь у різноманітних суспільних процесах, формуванні й реалізації післявоєнної розбудови економіки країни тощо. Участь в управлінні спільними активами учасників і суб'єктів господарювання. Участь у розробці внутрішніх нормативних актів, прийнятті управлінських рішень з питань поточного і стратегічного розвитку і підготовки інвестиційних проєктів. Вирішення питань дивідендної політики. Створення середовища економічного зростання і соціального розвитку підприємства з урахуванням національних цілей.
Корпоративно-загальносуспільні	Відносини суб'єктів господарювання із владою і громадськістю стосовно запровадження і розвитку загального комплексу цінностей і ідеалів, панівного світогляду, політики, екологічного й культурного розвитку суспільства

Джерело: складено автором

по суті дублюють положення Принципів 2003 р., проте, дозволяють уникнути тривалого публічного обговорення.

Єдина у світі постійно діюча організація, що надає безпосередньо допомогу з вирішення питань практичного удосконалення корпоративного управління і сприяє впровадженню принципів у систему корпоративного управління є ОЕСР [11]. Керівні принципи ОЕСР щодо корпоративного врядування на підприємствах державної форми власності, розроблені у 2015 р., містять рекомендації органам державного управління щодо забезпечення ефективного, прозорого та відповідального функціонування підприємств державної форми власності. Це узгоджений на міжнародному рівні стандарт для органів державної влади, як виконати функцію держави як власника та уникнути помилок і пасивного ставлення до власності [25]. Це створює умови для пришвидшення позитивних економічних, соціальних, управлінських, технологічних та інших інновацій із застосуванням політики сталого розвитку.

Аналіз принципів корпоративного управління показує, що, хоч їх призначення і способи за весь час використання залишаються незмінними, постійно переосмислюється їх роль в економічній і соціальній сфері. Суттєво підвищилось усвідомлення важливості їх застосування не тільки для

суб'єктів господарювання різних форм власності, а й для підвищення добробуту населення і соціалізації суспільства, що підтверджує доцільність їх застосування при корпоратизації різних сфер діяльності в широкому діапазоні.

Організація корпоративних відносин із дотриманням принципів корпоративного управління повинна бути вмотивованою, цілеспрямованою і релевантною цілям корпоративної організації діяльності, соціально-економічної поведінкової культури, яку слід відносити до ключових факторів успіху цього способу організації господарювання.

Поняття «культура» стала об'єктом спеціального теоретичного інтересу і набула самостійного наукового значення з XVIII ст. Вона розглядалась як культура душі, розвиток духовних здібностей людини і її внутрішнього світу, наслідок і вияв творчої діяльності в галузі науки, мистецтва, релігії, права тощо. На сучасному етапі розвитку суспільства вона має низку інтерпретацій: культура суспільства, економічна культура, ділова культура, корпоративна культура, культура інформаційної діяльності, правова культура тощо. Корпоративну культуру формують процеси трансформаційних змін у суспільстві внаслідок пошуку ефективних механізмів співпраці. Культура організації діяльності розглядається як засіб побудови ефективної діяльності й управління, а її формування як скла-

дова частина реалізації використання корпоративного способу організації діяльності. Застосування корпоративної культури стало окремим і самостійним чинником забезпечення й підвищення якості реалізації корпоративних відносин. Як економічне поняття *культуру корпоративного способу організації діяльності* слід розуміти як комплекс наголошених соціальних і економічних цінностей, поведінкових настанов, інтересів і норм, підтримуваних шляхом застосування принципів корпоративної культури. Вони створюють ментальні основи досягнення спільних інтересів діяльності, побудованих з використанням певного виду власності задля формування соціального капіталу суспільства і його повноцінного використання і розвитку. Це досягається шляхом цілеспрямованих і задекларованих дій учасників корпоративних відносин з метою реалізації системи спільних соціально-економічних інтересів.

Належний рівень корпоративної культури і відповідний стан якості й ефективності процесів реалізації корпоративних відносин забезпечуються за рахунок досягнення порогових результатів спільних дій. У корпоративному секторі різних сфер господарювання високий рівень культури досягається в результаті формування спільної синергетичної ефективності економічної, соціальної, організаційної та інших видів діяльності. Це робить корпоративну культуру обов'язковим складником і чинником забезпечення ефективного способу господарювання.

Ефективна побудова і реалізація корпоративних відносин і дотримання принципів корпоративної культури тісно пов'язуються з процесами їх формування й об'єктивно потребують соціальної відповідальності за їх якісне здійснення. А. Колот надав таке визначення корпоративній соціальній відповідальності: імплементації у корпоративне управління певний тип соціальних зобов'язань (здебільшого добровільних) перед працівниками, партнерами, державою, інститутами громадянського суспільства та суспільства загалом [13]. Основні засади корпоративної соціальної відповідальності відображаються в її принципах і філософських підвалинах суб'єктів господарювання. Вони розкриваються в процесах їх взаємодії із суспільством у ринкових умовах.

Заходи і процеси корпоративної соціальної відповідальності включаються в кодекси корпоративного управління, кодекси корпоративної культури й етики, посадові обов'язки, трудові договори і договори про співпрацю тощо як інструментарій і технології спільної діяльності, що найбільш прийнятні для дотримання і реалізації взятих соціальних зобов'язань і вибору поведінкових моделей. Усі заходи повинні бути пронизані духом корпоративного громадянства для забезпечення формування і нарощення соціального капіталу, що використовується в програмах розвитку.

Водночас слід зазначити, що разом корпоративні соціальні відносини й корпоративна соціальна відповідальність у правовому аспекті поки чітко не розглядаються. У статутах корпоративних під-

приємств і в змісті корпоративних функцій їх спільність і зорієнтованість на збагачення соціальних і економічних цінностей не наголошується, а в корпоративних договорах соціальна відповідальність не є предметом визначення порядку і реалізації корпоративних прав. Однак у Законі України «Про державно-приватне партнерство» [23] передбачено створення відповідних структур та принципів взаємодії державно-приватних партнерів на довірчій основі, які повинні активізувати діяльність стосовно дотримання порядку і впливу соціальної відповідальності на стан соціального розвитку країни. Тому в більшості державних підприємств необхідним є прийняття стандартів корпоративної соціальної відповідальності. При цьому в них слід урахувати технології здійснення й імплементації в них соціальні цілі та соціальні відносини. Це б сприяло дотриманню послідовності кроків розбудови корпоративної діяльності, корпоративних відносин і управління.

Впровадження заходів корпоративної соціальної відповідальності у складники корпоративного способу організації й управління сприятиме консолідації соціальних зусиль колективів і спрямуванню їх на розвиток професіоналізму, продуктивних і життєвих сил, збалансуванню економічного, соціального, духовного і життєвого простору цивілізованого і розвинутого суспільства і забезпечення його максимальної згуртованості, побудованої на спільних цінностях.

Вищенаведене дозволяє побудувати логіко-структурну модель проектування корпоративного способу організації діяльності і надати йому узагальнене визначення. *Корпоративний спосіб організації діяльності* слід розглядати як процес втілення правових, економічних, соціальних, управлінських і виробничих знань у практику спільної поведінки і принципи практичної діяльності. Він ґрунтується на сукупності теоретичних і практичних засад спільної діяльності людей для побудови і реалізації ефективної системи господарювання, яка формується на фундаментальних, науково-економічних, соціальних і організаційних принципах і технологіях корпоративної соціальної відповідальності, акумулює і розвиває людський потенціал і спрямовує його використання на користь суспільству і на підвищення ефективності результатів його діяльності. Модель корпоративного способу організації діяльності наведена на рис. 2.

Опанування моделі його логічної, змістовної та організаційної побудови, що дозволить упорядковувати, організаційно і змістовно удосконалювати функціонування корпоративних суб'єктів господарювання і задалегідь попереджати небажані відхилення руху їх процесів.

Уточнення теоретичного змісту складників і досягнутих результатів застосування корпоративізму у світі як явища, позитивне сприйняття й опанування можливостями якого формує стимули до об'єднання людей в процесі трудової діяльності заради досягнення поставлених цілей розвитку, дозволяє дійти таких **висновків**:

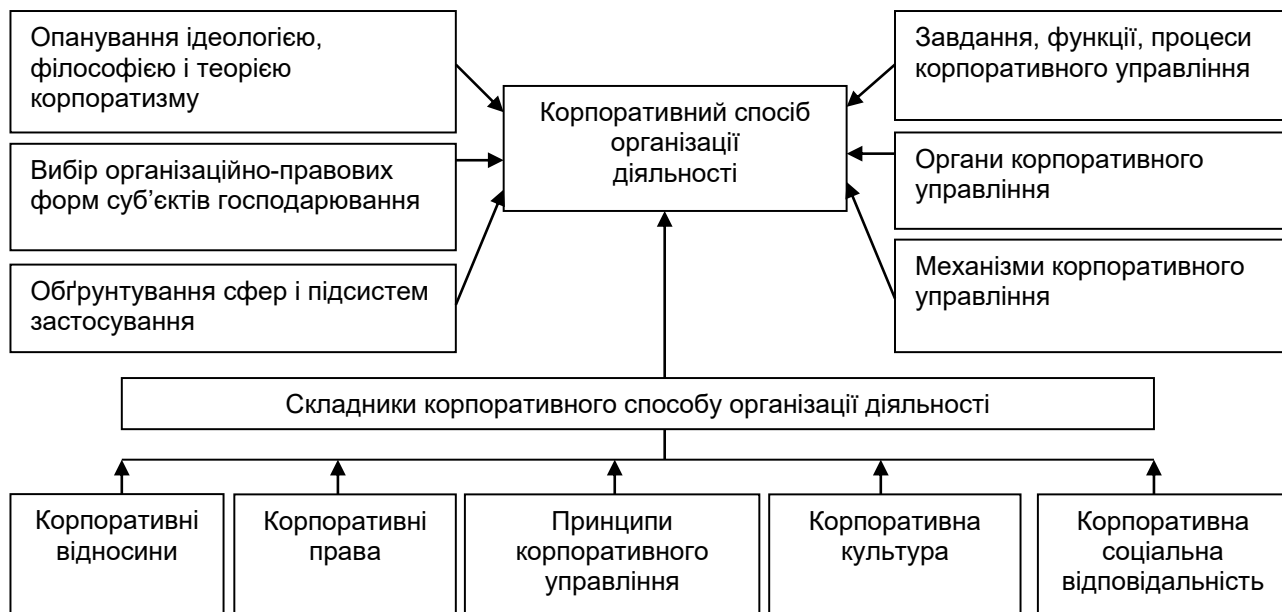


Рис. 2. Модель проектування корпоративного способу організації діяльності

Джерело: складено автором

Корпоратизм у системі господарювання доцільно широко запроваджувати в усіх самостійно працюючих колективах як ефективний спосіб організації економічної, соціальної, екологічної, політичної та інших видів діяльності, побудованих на комплексі всіх видів його відносин. Це надихає на більш глибоке опанування його сутності, змісту, технологій формування й механізмів управління якомога більшою кількістю фахівців, керівників та інших суб'єктів господарювання в умовах ринку.

Від самого початку здобуття незалежності Україною органи державної влади почали приділяти увагу створенню суб'єктів корпоративної і господарської діяльності. Була прийнята низка нормативно-законодавчих актів, схвалені стратегічні заходи держави щодо розвитку корпоративних суб'єктів господарювання, постійно активізуються процеси приватизації державних підприємств. Але до цього часу в Україні так і не створено ефективно працюючий сектор корпоративної економіки.

Однією з основних причин такого явища є недостатнє опанування всіх складників корпоратизму фахівцями і керівниками у сформованих виробничих й управлінських підсистемах суб'єктами господарювання корпоративними комплексами. Увага більше зосереджується на питаннях підбору членів наглядових рад (органів корпоративного управління), хоча ефективність їх функціонування напряму залежить від результатів діяльності керіваних об'єктів. Також відсутнє чітке визначення функції корпоративного управління в частині виробничої діяльності, існують прогалини в застосуванні сукупності корпоративних відносин, корпоративної культури і корпоративної соціальної відповідальності відповідно до стандартів корпо-

ративного управління. Заслуговує на увагу і проведення ґрунтовних аналітичних досліджень сили впливу цих чинників на обґрунтування доцільності подальшої приватизації державних об'єктів і їх переходу на корпоративні рейки господарювання.

Зазначене актуалізує необхідність більш глибокого розуміння переваг корпоративного способу організації діяльності і поглиблення його методологічних засад, залучення фахівців і керівників до цього сектору.

Однією з причин недостатньої ефективності господарювання корпоративного сектору економічної системи України є відсутність у системі вищої освіти підготовки фахівців для галузей корпоративної економіки (економістів, аналітиків, управлінців, фахівців розвитку ринку цінних паперів тощо). У складі стандартів освіти з економічних спеціальностей корпоративна економіка навіть не розглядається як основна навчальна дисципліна. Хоча корпоративний сектор України займає все більш питому вагу в обсязі ВВП.

Застосування корпоративного способу організації діяльності доповнить і розширить сфери економічного, соціального і виробничого управління суб'єктів господарювання, уможливить їх більшу сумісність, поглибить інтеграцію і пришвидшить адаптування колективів до трансформаційних змін у суспільстві, зміцнить економічне забезпечення, сприятиме гарантуванню і захисту економічної безпеки життя.

Подальшими напрямками досліджень корпоратизму можуть стати дослідження ефективності нормативно-правового й організаційного вдосконалення, методи, технології і механізми реалізації сукупності корпоративних відносин та інші проблемні питання функціонування цього сектору.

Бібліографічний список:

1. Про акціонерні товариства: Закон України від 27 липня 2022 р. № 2465-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2465-20#Text>.
2. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 1 липня 2010 р. № 2404-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text>.
3. Про управління об'єктами державної власності: Закон України від 21 вересня 2006 р. № 185-V. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/185-16#Text>.
4. Про Державну програму приватизації: закон України від 13 січня 2012 р. № 4335-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4335-17#Text>.
5. Про соціальні послуги: Закон України від 17 січня 2019 р. № 2671-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text>.
6. Цивільний кодекс України: затверджено 16 січня 2003 р. № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>.
7. Господарський кодекс України: затверджено 16 січня 2003 р. № 436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
8. Про затвердження Принципів корпоративного управління: рішення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 22 липня 2014 р. № 955. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vr955863-14#Text>.
9. Міжнародні та національні стандарти корпоративного управління: збірник кодексів і принципів / Міжнародна фінансова корпорація. 2002. 247 с. URL: http://pmguinfo.dp.ua/images/documents/korp_otnosheniya/stand_korp_upravlenija.pdf.
10. План відновлення України: представлено на Міжнародній конференції з питань відновлення України (URC 2022) у м. Лугано (Швейцарія), 4–5 липня 2022 р. URL: <https://ua.unc2022.com/plan-vidnovlennya-ukrayini>.
11. Огляд ОЕСР корпоративного управління в державних підприємствах в Україні. ОЕСР. 2021. 317 с. URL: <https://www.oecd.org/corporate/ca/SOE-Review-Ukraine-UKR.pdf>.
12. Волошко Н. О. Корпоративне управління в умовах глобалізації міжнародних економічних відносин: модель становлення та розвитку. *Економіка та держава*. 2021. № 12. С. 54–58.
13. Колот А. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Економічна теорія*. 2013. № 4. С. 5–27.
14. Швець Ф. Д. Корпоративне управління: навчальний підручник. Рівне: НУВГП, 2017. 320 с.
15. Лукач І. В. Поняття та види суб'єктів корпоративних правовідносин. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Юриспруденція. 2013. № 6–1. Т. 2. С. 61–64.
16. Головіна Я. С. Вплив корпоративного управління на економічне зростання. *Економічний вісник НГУ*. 2010. № 1. С. 87–94.
17. Македон В. В., Баканов Д. О. Забезпечення процесів ефективного управління корпоративною власністю в Україні. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2012. № 1(12). С. 115–122.
18. Бобровська О. Ю., Фролов П. В. Розвиток корпоративного сектору економіки: стан і напрями розвитку в публічному управлінні. *Аспекти публічного управління*. 2020. Т. 8. № 6. С. 151–163.
19. Бобровська О. Ю. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності – дієвий інструмент підвищення якості і ефективності місцевого самоврядування. *Ефективність державного управління*. 2016. № 1/2 (46/47): у 2 ч. Ч. 1. С. 239–247.
20. Бобровська О. Ю. Корпоративність місцевого самоврядування як інтегральний чинник його розвитку. *Аспекти публічного управління*. 2016. № 3(29). С. 74–85.
21. Бобровська О. Ю. Практичний порадник з питань управління потенціалом сталого розвитку територій в умовах децентралізації влади. Дніпро: ДРІДУ НАДУ, 2017. Вип. 5: Запровадження корпоративного способу організації і управління територіальними громадами в умовах реформування місцевого самоврядування. 65 с.
22. Кодекс корпоративного управління: ключові вимоги і рекомендації: затверджено 12.03.2020 р. Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/document/?id=10687172>.
23. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 1 липня 2010 р. № 2404-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text>.
24. Фаріон Н. О. Принципи корпоративного управління: міжнародний та вітчизняний досвід. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 22. С. 134–138.
25. Керівні принципи ОЕСР щодо корпоративного врядування на підприємствах державної форми власності, редакція 2015 року / ОЕСР. 2019. 92 с. URL: <https://www.oecd.org/publications/2015-9789264312906-uk.htm>.

References:

1. Pro akcioneri tovarystva: Zakon Ukrainy № 2465-IX. (2022, lypnja 27). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2465-20#Text> [in Ukrainian].
2. Pro derzhavno-pryvatne partnerstvo: Zakon Ukrainy № 2404-VI. (2010, lypnja 1). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text> [in Ukrainian].
3. Pro upravlinnja ob'ektamy derzhavnoji vlasnosti: Zakon Ukrainy № 185-V. (2006, veresnja 21). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/185-16#Text> [in Ukrainian].
4. Pro Derzhavnu prohramu pryvatyzaciji: zakon Ukrainy № 4335-VI. (2012, sichnja 13). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4335-17#Text> [in Ukrainian].
5. Pro socialjni poslughy: Zakon Ukrainy № 2671-VIII. (2019, sichnja 17). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text> [in Ukrainian].
6. Cyvilnyj kodeks Ukrainy: zatverdzheno № 435-IV. (2003, sichnja 16). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> [in Ukrainian].
7. Ghospodarskyj kodeks Ukrainy: zatverdzheno № 436-IV. (2003, sichnja 16). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> [in Ukrainian].
8. Pro zatverdzhennja Pryncypiv korporatyvnogho upravlinnja: rishennja Nacionalnoji komisiji z cinnnykh paperiv ta fondovogho rynku № 955. (2014, lypnja 22). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vr955863-14#Text> [in Ukrainian].
9. Mizhnarodni ta nacionalni standarty korporatyvnogho upravlinnja: zbirnyk kodeksiv i pryncypiv [International and national standards of corporate governance: a collection of codes and principles] (2002). Mizhnarodna finansova korporacija. Available at: http://pmguinfo.dp.ua/images/documents/korp_otnosheniya/stand_korp_upravlenija.pdf [in Ukrainian].
10. Plan vidnovlennja Ukrainy [Ukraine recovery plan]: materialy Mizhnarodnoyi konferentsiyi z pytanj vidnovlennja Ukrainy (2022, lypnja, 4–5) Lughano. Available at: <https://ua.unc2022.com/plan-vidnovlennya-ukrayini> [in Shvejcarija].
11. Oghljad OJeSR korporatyvnogho upravlinnja v derzhavnykh pidpryjemstvakh v Ukraini. [OECD survey of corporate governance in state-owned enterprises in Ukraine] OJeSR. (2021). Available at: <https://www.oecd.org/corporate/ca/SOE-Review-Ukraine-UKR.pdf>. [in Ukrainian].
12. Voloshko N. O. (2021) Korporatyvne upravlinnja v umovakh globalizaciji mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosyn: modelj stanovlennja ta rozvytku [Corporate governance in the conditions of globalization of international economic relations: a model of formation and development]. *Ekonomika ta derzhava*. vol. 12. pp. 54–58. [in Ukrainian].

13. Kolot A. (2013) Korporatyvna socialjna vidpovidalnistj: evolucija ta rozvytok teoretychnykh pohljadiv [Corporate social responsibility: evolution and development of theoretical views]. *Ekonomichna teorija*, vol. 4, pp. 5–27.
14. Shvecj F. D. (2017) *Korporatyvne upravlinnja* [Corporate management]. Rivne: NUVGhP [in Ukrainian].
15. Lukach I. V. (2013) Ponjattja ta vydy sub'ektiv korporatyvnykh pravovidnosyn [Concepts and types of subjects of corporate legal relations]. *Naukovyj visnyk Mizhnarodnogo ghumanitarnogo universytetu*, vol. 6–1, pp. 61–64.
16. Gholovina Ja. S. (2010) Vplyv korporatyvnogho upravlinnja na ekonomichne zrostantnja [The impact of corporate governance on economic growth]. *Ekonomichnyj visnyk NGhU*, vol. 1, pp. 87–94.
17. Makedon V. V., Bakanov D. O. (2012) Zabezpechennja procesiv efektyvnogho upravlinnja korporatyvnoju vlasnistju v Ukraini [Ensuring processes of effective management of corporate property in Ukraine]. *Jevropejskij vektor ekonomichnogho rozvytku*, vol. 1(12), pp. 115–122.
18. Bobrovsjka O. Ju., Frolov P. V. (2020) Rozvytok korporatyvnogho sektoru ekonomiky: stan i naprjamy rozvytku v publicnomu upravlinni [Development of the corporate sector of the economy: state and directions of development in public administration]. *Aspekty publicnogho upravlinnja*, vol. 6, pp. 151–163.
19. Bobrovsjka O. Ju. (2016) Rozvytok korporatyvnoji socialjnoji vidpovidalnosti – dijevij instrument pidvyshhennja jakosti i efektyvnosti miscevogho samovrjaduvannja [The development of corporate social responsibility is an effective tool for improving the quality and efficiency of local self-government]. *Efektyvnistj derzhavnogho upravlinnja*, vol. 1/2 (46/47): u 2 ch. Ch. 1, pp. 239–247.
20. Bobrovsjka O. Ju. (2016) Korporatyvnistj miscevogho samovrjaduvannja jak integralnij chynnyk jogho rozvytku [Corporatism of local self-government as an integral factor in its development]. *Aspekty publicnogho upravlinnja*, vol. 3(29), pp. 74–85.
21. Bobrovsjka O. Ju. (2017). *Introduction of a corporate method of organization and management of territorial communities in the context of local self-government reform*, Praktychnyj poradnyk z pytanj upravlinnja potencialom stalogho rozvytku terytorij v umovakh decentralizaciji vlady, vol. 5. Dnipro: DRIDU NADU [in Ukrainian].
22. Kodeks korporatyvnogho upravlinnja: ključovi vymoghy i rekomendaciji: zatverdzheno (2020, March 12). Nacionalnoju komisijeju z cinnykh paperiv ta fondovogho rynku. Available at: <https://www.nssmc.gov.ua/document/?id=10687172> [in Ukrainian].
23. Pro derzhavno-pryvatne partnerstvo: Zakon Ukrainy №2404-VI. (2010, lypnja 1). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text> [in Ukrainian].
24. Farion N. O. (2015) Pryncypy korporatyvnogho upravlinnja: mizhnarodnyj ta vitchyznjanyj dosvid [Principles of corporate management: international and domestic experience]. *Investycji: praktyka ta dosvid*, vol. 22, pp. 134–138.
25. Kerivni pryncypy OESR shhodo korporatyvnogho vrjaduvannja na pidpryjemstvakh derzhavnoji formy vlasnosti [OECD Guidelines for Corporate Governance at State-Owned Enterprises] (2019) OESR. Available at: <https://www.oecd.org/publications/2015-9789264312906-uk.htm>.

УДК 338:330.34.011+004

DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-1-5>

Горбаченко С.А.

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри кібербезпеки

Національного університету «Одеська юридична академія»

Клевцевич Н.А.

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри економіки, права та управління бізнесом
Одеського національного економічного університету

Horbachenko Stanislav

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Cyber Security
National University «Odesa Law Academy»

Klievtsievych Nataliia

PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Economics,
Law and Business Management
Odesa National Economic University

МОЖЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ НА ЗАСАДАХ ЦИРКУЛЯРНОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

OPPORTUNITIES FOR ECONOMIC DEVELOPMENT ON THE BASIS OF CIRCULARITY IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION

У статті встановлено, що останнім часом світова економіка розвивалася та функціонувала в лінійно-му форматі, сутність якого полягала в тому, що все що надавала природа становило базу для ресурсів виробництва, потім з цього вироблялися товари, які ставали відходами після їх використання. Зроблено висновок, що така світоглядна економічна модель сьогодні загрожує нормальному існуванню всього людства, яке наразі споживає природних ресурсів на порядок більше, ніж може відновити. Доведено, що циркулярна економіка змінює це докорінно. Визначено, що для розповсюдження цих рішень у глобальному вимірі та в різних галузях необхідно створювати відповідні цифрові основи. Зроблено висновок, що без зусиль із цифровізації досягнення циркулярності економічного розвитку буде неможливим. Без цифрових рішень перехід до циркулярної економіки відбуватиметься повільніше, з меншою кількістю привабливих бізнес-моделей замкнутого циклу та меншим впливом на екологію, економіку та соціум. Цифровізація циркулярної економіки має забезпечувати цифрову основу для замкнутих бізнес-моделей, тим самим скорочуючи витрати, час та ризики.

Ключові слова: циркулярна економіка, економіка замкнутого циклу, циркулярний економічний розвиток, цифровізація, цифрова трансформація.

The article established that recently the world economy developed and functioned in a linear format, the essence of which was that everything provided by nature formed the basis for production resources, then goods were produced from this, which became waste after their use. It was concluded that such a global economic model today threatens the normal existence of all humanity, which currently consumes natural resources an order of magnitude more than it can restore. The circular economy has been proven to fundamentally change this. It was determined that the circular economy is a new concept of economic development that offers the state and entrepreneurs modern innovative approaches to recovery, reuse, rational consumption of materials and provides an opportunity to create additional value. It is aimed at ecologically clean production and consumption, achieving certain economic and social effects. Such a new worldview requires the application of progressive innovative solutions at all stages of the product life cycle. And for this, it is necessary to use new circular business models, which involve the use of a smaller amount of resources for the creation of goods and services, as well as a significant prolongation of the life cycle of existing products and services. It was established that in the global dimension, such a concept is considered as a way to transition to a resource-efficient economy. It was determined that currently most of the initiatives in this area are individual projects that are directed at material resources, therefore, for the distribution of these solutions on a

global scale and in various industries, it is necessary to create appropriate digital foundations. It was concluded that without digitalization efforts, it will be impossible to achieve the circularity of economic development. Without digital solutions, the transition to a circular economy will be slower, with fewer attractive closed-loop business models and less impact on ecology, economy and society. The digitization of the circular economy should provide a digital basis for closed business models, thereby reducing costs, time and risks.

Key words: *circular economy, closed cycle economy, circular economic development, digitalization, digital transformation.*

Постановка проблеми. До недавнього часу світове господарство розвивалося та функціонувало на умовах лінійності, сутність якої полягала в тому, що ресурси природи становили основу ресурсів виробництва, потім використовувалися для створення товарів і ставали відходами після їх використання. Але така економічна модель масового виробництва й масового ж споживання сьогодні загрожує стабільності майбутнього всього людства, яке наразі споживає природних ресурсів на порядок більше, ніж може відновити. Однак циркулярна економіка це змінює. У глобальному вимірі концепція циркулярної економіки розглядається як спосіб переходу до ресурсоефективної економіки. В циркулярній економіці матеріали використовуються, але не витрачаються. Вона передбачає економічне зростання з трансформацією лінійні виробничі практики. Наразі більшість ініціатив у цій сфері є одиничними проєктами, які направлені на матеріальні ресурси. Однак для розповсюдження цих рішень у глобальному масштабі та в різних галузях необхідно створювати узгоджені цифрові основи. Без узгоджених і глобальних зусиль із цифровізації досягнення циркулярності економічного розвитку буде неможливим. Без цифрової основи перехід до циркулярної економіки відбуватиметься повільніше, з меншою кількістю привабливих бізнес-моделей замкнутого циклу та меншим впливом на екологію, економіку та соціум. Цифровізація циркулярної економіки має забезпечувати цифрову основу для замкнутих бізнес-моделей, тим самим скорочуючи витрати, час та ризики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню проблематики циркулярної економіки присвячено чимало робіт українських та зарубіжних учених. Наразі багато наукових праць присвячено вирішенню проблем циклічності економічного розвитку [1–2]. Питанням розроблення теоретико-методологічних положень циркулярної економіки присвячені праці таких науковців, як Чен Демін, У. Мабі, Ф. Престон. Багато наукових праць представляють результати фундаментальних досліджень з екологізації економіки, що забезпечується за допомогою циркулярних бізнес-моделей [3]. В Україні питанням промислової модернізації та інноваційного розвитку приділили увагу О. Алімов, В. Геєць, М. Войнаренко. Питання екологічної політики та проблеми трансформації економіки піднімали у своїх працях вітчизняні науковці, зокрема О. Бобровська, Н. Васильєва, В. Геєць, Л. Гриценко, Л. Мусіна, В. Євдокимов. В останні роки все більшої актуальності набирають наукові публікації про необхідність та неминучість цифровізації [4–6].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Разом із цим, на думку авторів, відкритим залишається питання про можливості та вигоди одночасного цифрового та циркулярного розвитку економіки, що зумовлює актуальність вибраної теми дослідження та його мету.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення можливостей економічного розвитку на засадах циркулярності в умовах цифрової трансформації.

Виклад основного матеріалу. В національних стратегічних документах присвячених сталому розвитку різних держав економічне зростання пов'язують з екологічними аспектами, а досягнення комплексної екологізації економічного зростання інтегрується в модель циркулярної економіки. У свою чергу сучасна концепція циркулярної економіки, яка була офіційно представлена у 2014 році у спільній доповіді Всесвітньої економічної форуму та фонду Еллен МакАртур [7], базується на підходах, що поєднують ідеї направлені на дослідження еколого-економічних систем. Відтак в наукових дослідженнях під циркулярною економікою (економікою замкнутого циклу, круговою економікою) фахівцями та вченими в цій галузі найчастіше розуміється економіка, якій властивий відновлювальний та замкнутий характер.

Циркулярна економіка – концепція економічного розвитку, що пропонує публічному та приватному секторам сучасні інноваційні підходи до відновлення, повторного використання, раціонального споживання матеріалів і дає можливість створювати додаткову вартість. Вона направлена, у першу чергу, на збереження енергії, екологічне чисте виробництво та споживання, досягнення соціального ефекту. Такий підхід потребує застосування прогресивних інноваційних рішень на всіх етапах життєвого циклу продукції, більшість з яких передбачають активізацію використання ІТ технологій.

В дослідженнях термін «циркулярні бізнес-моделі» використовують як узагальнюваний для абсолютно різних бізнес-моделей. Головною умовою є те, щоб вони передбачали використання меншого обсягу ресурсів для створення товарів та послуг, а також забезпечували суттєве збільшення життєвого циклу наявних продуктів та послуг, за рахунок їхнього відновлення та переробки, з отриманням вигоди із залишкової вартості продуктів і матеріалів.

Тобто бізнес-моделі циркулярного типу за своєю логікою відрізняються від традиційних лінійних, адже вони зосереджують увагу на створенні цінності для ширшого кола можливих учасників, а також максимально враховують вигоди з погляду суспільства та довкілля [8]. В цьому сенсі основна

мета циркулярних бізнес-моделей – це якомога довше збереження ресурсів в обігу (циклі), а також заміна ресурсів, що повністю відновлюються, переробляються або біологічно розкладаються. Вони передбачають участь компаній в підвищенні ефективності використання продуктів та їх утилізації для створення нових можливостей повторного використання ресурсів, спільного використання продуктів та оптимізації всього ланцюжка створення цінності. Тобто вказані бізнес-моделі є дієвим інструментом та джерелом інновацій, серед яких чільне місце займають технологічні.

І з цього погляду цифровізація може прискорити та зробити більш ефективним перехід до економіки замкнутого циклу, закриваючи ланцюжок ресурсів та надаючи повну інформацію про їхню наявність, місцезнаходження та стан товарів (рис. 1).

У вказаному аспекті ключовим фактором виробництва є дані у цифровому вигляді, обробка великих обсягів та використання результатів аналізу, які в порівнянні з традиційними формами господарювання дозволяють суттєво підвищити ефективність різних видів виробництва, технологій, обладнання, зберігання, продажу, доставки товарів та послуг [9].

З іншого боку цифровізація економіки має не високий рівень екологічності, хоча і надає можливості підприємницькому середовищу використовувати інформаційні технології, які при раціональному застосуванні створюють можливості для підвищення економічної та екологічної результативності виробничих процесів.

Адже саме цифровізація економіки призводить до утворення електронних відходів, які найчастіше через вміст у них свинцю, ртуті, дифенілу і полівінілхлориду відносяться до високого класу небезпеки [10]. Проте застосування цифрових

технологій в моделях циркулярного економічного розвитку може призвести до скорочення використання природних ресурсів, замикання кругових ланцюжків доданої вартості і таким чином досягненню цілей сталого розвитку.

Отже в циркулярній економіці вирішальне значення має координація матеріальних та інформаційних потоків. Дійсно, інформацію про кількість та якість продуктів та їхній і склад необхідно збирати, обробляти, зберігати. Цифрові технології дозволяють зберігати дані разом з матеріалами в циклі і дозволяють використовувати відходи як ресурс [11]. Крім того сучасні технології забезпечують максимальну захищеність даної інформації від кіберзагроз.

Цифровізація економічного розвитку на основі циркулярності характеризується можливостями «інтелектуальних» дій та відповідної реакції за рахунок прогнозування виникнення умов, які гіпотетично можуть вплинути та якість виробничих процесів на основі впровадження інноваційних технологій. Для таких процесів характерні наступні особливості [12]: високий ступінь контролю, можлива автоматизація функцій управління в прийнятті деяких рішень; можливість автоматичного самоаналізу всіх активів підприємства на основі сенсорних датчиків (обладнання має доступ до всієї інформації в реальному часі та здатне виявляти нестандартні ситуації, пристосовуватися до них, передбачати аварії); енергоефективність за рахунок використання сенсорів, лазерів, роботизації виробництва, автоматизації та оптимізації процесів; комплексне використання штучного інтелекту, інтернету речей, мобільних технологій дозволяє оптимізувати кількість виробленої продукції та уникати надлишків або випуску незатребуваної продукції; забезпечення екологічної стій-

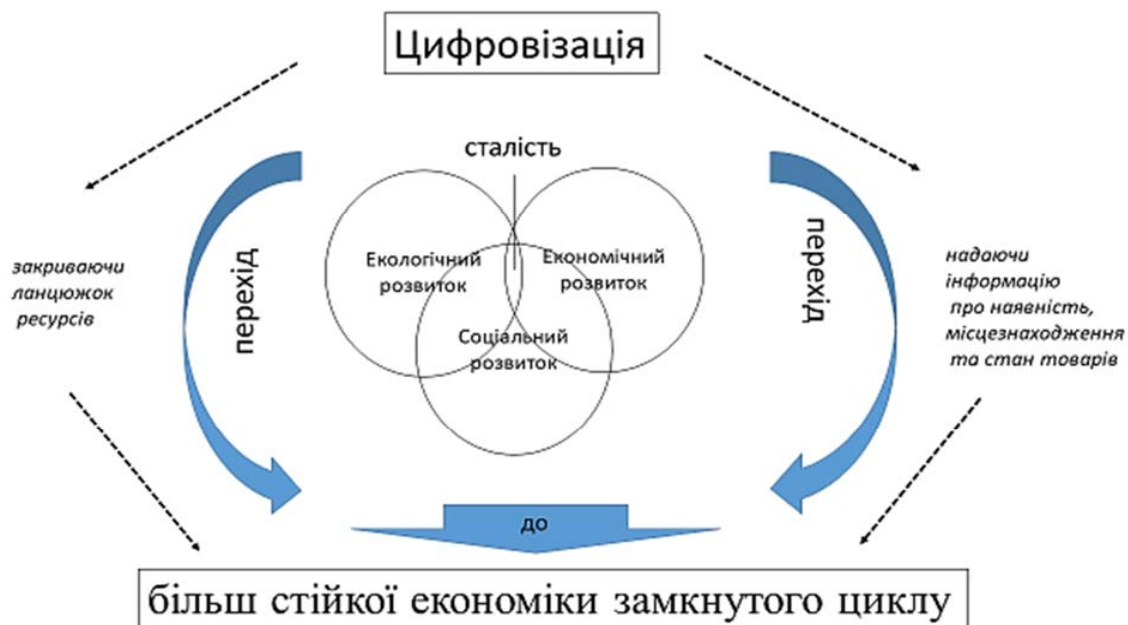


Рис. 1. Взаємозв'язок цифровізації та циркулярної економіки для досягнення цілей сталого розвитку

Джерело: складено авторами

кості (мінімізація негативного впливу на зовнішнє середовище, використання рециклінгу).

Разом з тим, важливо відзначити декілька важливих моментів. Циркулярні бізнес-моделі припускають, що відходи одного виробництва можуть бути використано як сировину для іншого. Тобто у формуванні циркулярних бізнес-моделей дуже велику роль відіграють партнерські взаємодії підприємств та організацій виробників та споживачів [3]. І для прорахунку відповідних точок дотику в виробничих ланцюжках, і для пошуку взаємодії потрібне цифрове бачення. Крім того, як вже зазначалось, продовження життєвого циклу товару можливе в наслідок нових моделей її реалізації, наприклад, через повернення на підприємство після використання. Як правило це потребує використання інформаційних систем для відстеження переміщення та віддаленого моніторингу використання продукції.

Необхідно також акцентувати увагу на важливості наскрізних технологій цифрової економіки, по-перше, конструювання ланцюжків створення вартості для циркулярних бізнес-моделей. Так, як показують результати дослідження Фонду Елен Макартур, застосування штучного інтелекту дозволяє покращити та прискорити розробку нових продуктів, компонентів та матеріалів, придатних для циркулярної економіки, за допомогою інтерактивних процесів проектування з використанням машинного навчання, які дозволяють швидко створювати та тестувати прототипи [7]. Поєднуючи дані в реальному часі та історичні дані про продукти та користувачів, штучний інтелект може допомогти збільшити оборот продукції та використання активів за рахунок прогнозування цін та попиту, прогнозного обслуговування та інтелектуального управління запасами [4]. По-друге, цифрові технології потрібні для ефективного управління всіма процесами у циркулярних бізнес-моделях на всіх етапах ланцюжка створення вартості.

Цифрові технології дають можливість промисловому підприємству контролювати та відстежувати стан та статус продукту і при створенні, і після його реалізації, щоб забезпечити правильне використання та, отже, ефективність використання ресурсів [13].

Головним інструментом зниження зайвого ресурсоспоживання є нові цифрові платформи і, як наслідок, нові види ринків, що ґрунтуються на віртуалізації продуктів та процесів [14]. Вони являють собою гібридні структури, орієнтовані на створення цінності шляхом забезпечення прямої взаємодії та здійснення трансакцій між декількома групами сторонніх користувачів.

Внаслідок широкого розповсюдження мобільних пристроїв, доступу до високошвидкісного інтернету, розвитку цифрових технологій (штучного інтелекту, хмарних обчислень, обробки великих даних, інтернету речей тощо) цифрові платформи знаходять практичну реалізацію в різноманітних аспектах життя. Так, наприклад, соціальні мережі (Facebook, Twitter, Instagram) та месенджери (WhatsApp, Telegram) реалізують способи

комунікації між людьми; платформи електронної комерції (Amazon, Alibaba, eBay тощо) трансформують можливості здійснення торгівлі, платформи спільного користування (AirBnB, Uber тощо) комплексно переформували процеси обміну товарами та послугами, відкривши споживачам доступ до активів замість необхідності володіння ними. Сервісні підходи everything-as-a-service, що використовуються в рамках бізнес-моделей, та зручні форми оплати (pay-as-you-go) сприяють розширенню асортименту та підвищенню якості наданих споживачам товарів та послуг [16].

При цьому зниження трансакційних витрат і накладних витрат у постачальників може призводити й до зниження цін для споживачів. Персональні дані, що збираються цифрові платформи, дозволяють їм індивідуалізувати взаємодію між всіма учасниками, у тому числі шляхом персоналізації та підвищення якості продуктів і послуг [17]. Такі платформи, як шерінг-платформи, наприклад, залучають до господарської діяльності активи, що не використовуються.

Однак існують деякі перешкоди для використання цифрових платформ (рис. 2).

Однією з головних проблем є неможливість забезпечення конфіденційності проведених операцій, адже цифрові платформи збирають і обробляють великі масиви даних про учасників, відстежуючи всі їхні дії та особисту інформацію, і, теоретично, можуть використовувати їх, наприклад, для продажу, або недобросовісної конкуренції.

Крім того, можна відзначити і низку інших важливих проблем [13–17]:

- відсутність чіткого та гнучкого міжнародного та національного законодавчого регулювання діяльності цифрових платформ та неоднозначність судової практики в їхньому відношенні;

- використання цифровими платформами з метою максимізації власного прибутку механізмів хижацького ціноутворення та підвищених комісійних зборів;

- відсутність в учасників цифрових платформ таких самих прав, пільг і преференцій (пенсії, оплачувані відпустки тощо), як у найманих працівників, через те, що учасники платформи не є штатними співробітниками і виступають у якості незалежних виконавців;

- проблема нестабільності доходів постачальників через непередбачуваність та (або) волатильність цін у випадках, коли цифрова платформа сама встановлює тарифи на продукти та послуги по постачальників;

- недостатнє усвідомлення суспільством переваг спільного споживання та невисокий попит для належного функціонування цифрових платформ;

- проблеми забезпечення безпеки трансакцій та багато інших.

Висновки. За результатами дослідження автори дійшли висновку, що впровадження цифровізації сприяє певним трансформаційним процесам в напрямку циркулярного економічного розвитку, зокрема: застосуванню ефективних технологій



Рис. 2. Перешкоди використання цифрових платформ у циркулярній економіці

Джерело: складено авторами за матеріалами [13–17]

безвідходного виробництва, скороченню викидів та скидів забруднюючих речовин, досягненню економіко-екологічної стійкості та соціальної рівноваги і, як наслідок, покращенню якості життя. І, оскільки в циркулярних бізнес-моделях змінюється функціональне наповнення, послідовність всіх ланок ланцюжка створення вартості, цифрова підтримка є ключовою умовою успішного формування та функціонування таких моделей у новій індустріальній економіці. Разом із цим, дискусійним залишається питання щодо можливості саме України забезпечити найближчим часом одночасне вирішення існуючих соціальних, економічних та екологічних проблем. І не дивлячись на те, що в країні в цілому створені інституційні рамки для можливого економічного розвитку на засадах циркулярності, багато чого ще потрібно зробити на всіх рівнях публічного управління з гармонізації всіх цих процесів.

Бібліографічний список:

- Батова Н., Сачек П., Точицька І. Циркулярна економіка у дії: форми організації та кращі практики. BEROC Green Economy Policy Paper Series, 2018. № 5. URL: <https://www.beroc.org/upload/iblock/3d9/3d98c07554862d28d762267394841c20.pdf> (дата звернення: 20.01.2023).
- Залунін М. М. Сучасний стан розвитку циркулярної економіки в Україні. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. Випуск 23. Частина 1. С. 166–170. URL: http://www.visnykeconom.uzhnu.uz.ua/archive/23_1_2019ua/37.pdf (дата звернення: 20.01.2023).
- Руда М. В., Мирка Я. В. Циркулярні бізнес-моделі в Україні. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2020. Вип. 2, № 1. С. 107–121. URL: https://chmnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2020/10/11_-Ruda-M.-V..pdf (дата звернення: 20.01.2023).
- Moşteanu N. R., Faccia A., Cavaliere L. P. L. Digitalization and Green Economy – changes of business perspectives. ICCBDC '20: Proceedings of the 4th International Conference on Cloud and Big Data Computing. August 2020. P. 108–112. (дата звернення: 10.01.2023).
- Green and digital transition: More resilience and sustainable jobs for the EU. 2022. URL: <https://www.openaccessgovernment.org/green-and-digital-transition-sustainable-jobs-eu/92904> (дата звернення: 24.02.2023).
- Report of the United Nations World Commission on Environment and Development, «Our Common Future». United Nations site. 2022. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> (дата звернення: 24.02.2023).
- Ellen MacArthur Foundation, «Towards the Circular Economy, Opportunities for the Consumer Goods Sector». 2013. URL: <https://tinyurl.com/ztrng24> (дата звернення: 29.01.2023).
- Osterwalder A., Pigneur Y. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley and Sons, 2010. 288 p.
- Варфоломєєв М. О. Циркулярна економіка як невід'ємний шлях українського майбутнього в аспекті глобалізації. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2020/202.pdf (дата звернення: 17.01.2023).
- Чому цифровізація важлива для створення глобальної економіки замкнутого циклу. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2021/08/digitalization-critical-creating-global-circular-economy/> (дата звернення 01.01.23).
- Цифровізація як шаг до Індустрії 4.0. 2021. URL: <https://sk.kz/upload/iblock/cee/ceea0cb1167486ecf763d650ff661b17.pdf> (дата звернення: 05.01.2023).
- Antikainen M., Uusitalo T., Kivikyto-Reponena P. Digitalisation as an Enabler of Circular Economy. 10th CIRP Conference on Industrial Product-Service Systems, IPS2018, 29–31 May 2018, Linköping, Sweden, 2018, pp. 45–49.
- Bressanelli G., Adrodegari F., Perona M., Saccani N. Exploring How Usage Focused Business Models Enable Circular Economy through Digital Technologies. Sustainability, 2018, vol. 10, art. № 639. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/3/639> (дата звернення: 22.12.2022).

14. De Sousa Jabbour A.B. L., Chiappetta Jabbour C.J., Filho M. G., Roubaud D. Industry 4.0 and the circular economy: a proposed research agenda and original roadmap for sustainable operations. *Annals of Operations Research*, 2018, vol. 270, iss. 1–2, pp. 273–286.
 15. Scarpellini S., Portillo-Tarragona P., Aranda-Uson A., LleñaMacarulla F. Definition and measurement of the circular economy's regional impact. *Journal of Environmental Planning and Management*, 2019, vol. 62, iss. 13, pp. 2211–2237.
 16. Січкаренко К. О. Цифрові платформи: підходи до класифікації та визначення ролі в економічному розвитку. *Причорноморські економічні студії*. 2018. № 35. С. 28–35
 17. Семенов А. Ю. Екосистеми цифрових платформ як фактор трансформації бізнесу в умовах цифрової економіки. *Вісник КНУТД*. 2019. № 4 (137). С. 39–50.
- References:**
1. Batova N., Sachek P., Tochytska I. (2018). Tsyrkuliarna ekonomika u dii: formy orhanizatsii ta krashchi praktyky [Circular economy in action: forms of organization and best practices]. *BEROC Green Economy Policy Paper Series*. № 5. Available at: <https://www.beroc.org/upload/iblock/3d9/3d98c07554862d28d762267394841c20.pdf> (accessed 20.01.2023).
 2. Zalunin M. M. (2019). Suchasnyi stan rozvytku tsyrkuliarnoi ekonomiky v Ukraini [The current state of circular economy development in Ukraine]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*. Vypusk 23. Chastyna 1, pp. 166–170. Available at: http://www.visnykeconom.uzhnu.uz.ua/archive/23_1_2019ua/37.pdf (accessed 20.01.2023).
 3. Ruda M. V., Myrka Ya. V. (2020). Tsyrkuliarni biznes-modeli v Ukraini. [Circular business models in Ukraine]. *Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia ta problemy rozvytku*. Vyp. 2, № 1, pp. 107–121. Available at: https://chmnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2020/10/11_-Ruda-M.-V..pdf (accessed 20.01.2023).
 4. Moşteanu N.R., Faccia A., Cavaliere L.P.L. (2020). Digitalization and Green Economy – changes of business perspectives. ICCBDC '20: Proceedings of the 4th International Conference on Cloud and Big Data Computing. (August 2020). P. 108–112 (accessed 24.02.2023).
 5. Green and digital transition: More resilience and sustainable jobs for the EU. (2022). Available at: <https://www.openaccessgovernment.org/digital-transiti-on-sustainable-jobs-eu/92904> (accessed 24.02.2023).
 6. Report of the United Nations World Commission on Environment and Development, «Our Common Future». United Nations site. (2022). Available at: <http://www.un.org/ru/ga/pdf/brundtland.pdf> (accessed 24.02.2023).
 7. Ellen MacArthur Foundation, “Towards the Circular Economy, Opportunities for the Consumer Goods Sector. (2013). Available at: <https://tinyurl.com/ztnrg24> (accessed: 29.01.23).
 8. Osterwalder A., Pigneur Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley and Sons, 288 p.
 9. Varfolomieiev M. O. (2020). Tsyrkuliarna ekonomika yak nevidiemnyi shliakh ukrainskoho maibutnoho v aspekti hlobalizatsii [Circular economy as an integral way of Ukraine's future in the aspect of globalization]. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2020/202.pdf (accessed: 17.01.2023).
 10. Chomu tsyvrovizatsiia vazhlyva dlia stvorennia hlobalnoi ekonomiky zamknutoho tsykladu (2021). [Why digitalization is important for creating a global circular economy]. Available at: <https://www.weforum.org/agenda/2021/08/digitalization-critical-creating-global-circular-economy/> (accessed 01.01.23).
 11. Tsyvrovizatsiia yak shah do Industrii 4.0. (2021) [Digitalization as a step towards Industry 4.0.]. Available at: <https://sk.kz/upload/iblock/cee/ceea0cb1167486ecf763d650ff661b17.pdf> (accessed:05.01.23)
 12. Antikainen M., Uusitalo T., Kivikyo-Reponen P. (2018). Digitalisation as an Enabler of Circular Economy. 10th CIRP Conference on Industrial Product-Service Systems, IPS2018, 29–31 May 2018, Linköping, Sweden, pp. 45–49.
 13. Bressanelli G., Adrodegari F., Perona M., Saccani N. (2018). Exploring How Usage Focused Business Models Enable Circular Economy through Digital Technologies. *Sustainability*, vol. 10, art. № 639. Available at: <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/3/639> (accessed 22.12.2022).
 14. De Sousa Jabbour A. B. L., Chiappetta Jabbour C. J., Filho M. G., Roubaud D. (2018). Industry 4.0 and the circular economy: a proposed research agenda and original roadmap for sustainable operations. *Annals of Operations Research*, vol. 270, iss. 1–2, pp. 273–286.
 15. Scarpellini S., Portillo-Tarragona P., Aranda-Uson A., LleñaMacarulla F. (2019). Definition and measurement of the circular economy's regional impact. *Journal of Environmental Planning and Management*, vol. 62, iss. 13, pp. 2211–2237.
 16. Cichkarenko K.O. (2018). Tsyvrovi platformy: pidkhody do klasyfikatsii ta vyznachennia roli v ekonomichnomu rozvytku [Digital Platforms: Approaches to Classification and Defining Roles in Economic Development]. *Prychornomorski ekonomichni studii*. № 35, pp. 28–35
 17. Semenov A. Yu. (2019). Ekosystemy tsyvrovykh platform yak faktor transformatsii biznesu v umovakh tsyvrovoi ekonomiky [Ecosystems of digital platforms as a factor of business transformation in the conditions of the digital economy] *Visnyk KNUITD*. № 4 (137), pp. 39–50.

УДК 658.338.48

DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-1-6>

Шелеметьєва Т.В.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу
Національного університету «Запорізька політехніка»

Трохимець О.І.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри національної економіки,
маркетингу та міжнародних економічних відносин
Класичного приватного університету

Тюха М.Д.

магістр
Національного університету «Запорізька політехніка»

Shelemetieva Tetiana

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor at the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business
National University «Zaporizhzhia polytechnic»

Trokhymets Olena

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor at the Department of National Economy,
Marketing and International Economic Relations
Classic Private University

Tiukha Maria

Master
National University «Zaporizhzhia polytechnic»

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ: ДОСВІД НІМЕЧЧИНИ

FEATURES OF FORMATION OF STRATEGY OF SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS: THE EXPERIENCE OF GERMANY

У статті досліджено особливості сталого розвитку туризму Німеччини в сучасних умовах кліматичних змін. Зазначено, що країна має величезну туристичну привабливість, яка визначається наявністю природних ресурсів, культурно-історичних визначних пам'яток, розвинутою інфраструктурою традиційних оздоровчих курортів і сучасною архітектурою великих міст, які мають всі можливості для організації різних видів туризму. Внесок туризму в економіку Німеччини досить значний і характеризується наступними показниками: займає друге місце по обсягах доходів після машинобудування, створює 4% Внутрішнього валового продукту країни, надає робочі місця для 6 млн осіб. Представлено результати опитування туристичних компаній щодо їх ставлення до сталого розвитку з огляду на всі економічні виклики в період коронавірусу. Охарактеризовано організаційну схему державних туристичних органів Німеччини та зазначено основну відповідальність за розробку, формування та просування туристичної політики країни. Розглянуто рейтинг найбільш сталих міст світу та визначено, що до першої десятки рейтингу входять Мюнхен та Франкфурт-на-Майні. Наголошено на подальшому успішному впровадженні принципів сталості у розвиток туризму та необхідність консолідації зусиль всіх зацікавлених сторін на всіх рівнях, урахування інтересів всіх груп, включаючи місцеві громади, туристів, представників туристичного бізнесу тощо.

Ключові слова: сталий розвиток, сталий туризм, Німеччина, аналіз, особливості, досвід, стратегія.

The article examines the peculiarities of the sustainable development of tourism in Germany in the modern conditions of climate change. It is noted that the country has a huge tourist attraction, which is determined by the presence of natural resources, cultural and historical attractions, developed infrastructure of traditional health resorts and modern architecture of large cities, which have all the possibilities for organizing various types of tourism.

The contribution of tourism to the German economy is quite significant and is characterized by the following indicators: it ranks second in terms of revenue after mechanical engineering, creates 4% of the country's gross domestic product, and provides jobs for 6 million people. The results of a survey of tourism companies regarding their attitude to sustainable development in view of all economic challenges during the coronavirus period are presented. The organizational chart of state tourism bodies in Germany is characterized and the main responsibility for the development, formation and promotion of the country's tourism policy is indicated. The federal government has primary responsibility for the development, formulation and promotion of tourism policy. It is assisted by the Tourism Advisory Council, which brings together the interests of government, the tourism industry, academia and other stakeholders. The rating of the world's most sustainable cities was reviewed and it was determined that Munich and Frankfurt am Main are among the top ten of the rating. Hamburg and Berlin ranked 17th and 18th, respectively. This index ranks 100 cities around the world based on three criteria: social and societal factors such as mobility and quality of life, environmental factors including energy consumption, pollution and emissions, and economic performance. The analysis of the positive experience of Germany in the development of its tourism industry showed that it can be used to solve problems in the development of a similar industry in Ukraine, namely: in improving the system of state regulation of tourism, as well as in overcoming problems and improving the process of promoting tourism opportunities in Ukraine country and abroad. The further successful implementation of the principles of sustainability in the development of tourism and the need to consolidate the efforts of all stakeholders at all levels, taking into account the interests of all groups, including local communities, tourists, representatives of the tourism business, etc., were emphasized. The role of the government is undeniably important, as it is called upon to develop a strategic basis for planning the development of the tourism industry taking into account the principles of sustainability, to ensure the study of the recreational capacity of territories, to initiate the development of certification systems, indicators of sustainable development in order to monitor the consequences of tourism activities from a social, ecological and economic point of view.

Key words: *sustainable development, sustainable tourism, Germany, analysis, features, experience, strategy.*

Постановка проблеми. Тема сталого розвитку в Україні обговорюється давно. З 1992 року було створено важливий науковий доробок, який заклад основ нового напрямку розвитку країни на основі постіндустріальної економіки. У 1998 році Кабінет Міністрів України прийняв відповідну постанову про створення Національної комісії сталого розвитку України, до складу якого увійшли відомі вчені. На сьогодні Концепція сталого розвитку в Україні розроблена за участю науковців та схвалена Верховною Радою України [1]. Наукові основи національної стратегії переходу України на принципи сталого розвитку базуються на притаманних країні геополітичних, географічних, демографічних, соціально-економічних та екологічних особливостях. Для розвитку туризму в Україні на основі сталого туризму також необхідно розробити нові та інноваційні підходи.

Стратегія сталого розвитку як цільова функція розвитку туризму концептуально визнана в Україні шляхом приєднання до Кіотського протоколу відповідно до Закону України «Про ратифікацію Кіотського протоколу до Рамкової Конвенції Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату» від 4 лютого 2004 р. № 1430-IV, декларуванням сталого розвитку туризму згідно з положеннями Державної програми розвитку туризму на 2002–2010 рр. (Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2002 р. № 583) та окремими положеннями Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» (Закон України від 18.11.03 № 1282-IV) [2]. Завдання розроблення механізму сталого розвитку туризму в Україні та в регіонах зокрема є сьогодні дуже актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у теоретичні та практичні аспекти, дослідження питань оцінювання особливостей розвитку сталого туризму Німеччини, закладено у працях всесвітньо відомих зарубіжних вчених:

А. Печчеї, Л. Медоуз, М. Месарович і Е. Пестель, Й. Шумперт, Дж. Форрестер, А. Аткинсон, А. Вебер, Р. Казагранді, С. Рінальді, Р. Батлер та інших. Але слід зазначити, що, незважаючи на велику кількість наукових досліджень, залишається актуальними і потребує подальшого дослідження та додаткових наукових і практичних досягнень світовий досвід, а саме, заходи які використовує уряд Німеччини та туристичні компанії й організації для забезпечення сталого розвитку туризму, що дозволить прискорити розвиток сталого туризму в Україні.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження, аналіз, систематизація та оцінка досвіду Німеччини в формуванні стратегії сталого розвитку туризму в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Туризм є величезною частиною глобальної культури, що дозволяє досліджувати різні куточки світу, зустрічатися з людьми з різних верств суспільства, знайомитися з новими традиціями та видами діяльності. Оскільки він приносить багато переваг як мандрівникам, так і громадам, його зазвичай можна розглядати як силу добра. Однак галузь змінюється. З роками людство все більше усвідомлює загрозу зміни клімату та свою роль у її посиленні. У всіх галузях наша світова спільнота замислюється над тим, як можна зменшити наш вплив на Землю.

Дослідження, опубліковане в 2018 році журналом Nature Climate Change, показало, що на туризм припадає 8% світових викидів парникових газів, що є дуже великим відсотком, якщо врахувати всі можливі джерела викидів. З цієї причини очевидно, що потрібно рухатися до більш стійкої моделі туризму.

Німеччина переслідує стратегію сталого господарювання, поєднуючи зростання економіки із захистом природи. Це вже давно посідає особливе місце в Німеччині. Німеччина в міжнародному

масштабі – одна з передових країн щодо захисту клімату й розробки відновлюваних видів енергії. Вона також оцінюється як одне з найбільш безпечних туристичних напрямків у світі та є однією з найбільш відвідуваних країн Європи. З кожним роком у Німеччині зростає попит на сталі подорожі. Альпи, узбережжя, озерне плато, природні парки, долини річок уже протягом багатьох років на першому місці серед цілей мандрівок. Це жага пошуку розмаїття ландшафтів, прагнення можливостей для ознайомлення з пам'ятками, для спорту і відпочинку, що супроводжується все більшим потоком відвідувачів і туристів з-за кордону.

Досвід Німеччини, яка входить до десятки країн-лідерів за доходами за кількістю міжнародних туристів, і чий внутрішній туризм розвинений так добре, як ніде в Європі, на сьогоднішній день не отримав належного наукового розгляду, особливо в Україні. А оскільки тема сталого розвитку на сьогодні є дуже актуальною для всього світу, тому важливо розглянути, які заходи використовує уряд та туристичні компанії й організацію для забезпечення сталого розвитку туризму. Якщо людство не об'єднається для визначення чітких напрямків розвитку сталого туризму на даному етапі у розвитку туризму, іншого шансу може ніколи не бути.

Німеччина – це одна з найвідвідуваніших країн Європи. Її шістнадцять федеральних земель відрізняються за чисельністю населення, ландшафтами, архітектурою, історією і навіть місцевим діалектом. Як для внутрішніх, так і для міжнародних рейсів, Німеччина добре облаштована з точки зору туристичних маршрутів та варіантів подорожей. На національному рівні ВВП Німеччини також отримує вигоди від подорожей та туризму, причому показники з кожним роком зростають [3].

Також Німеччина очолила процес скорочення викидів в Європейському Союзі. Її викиди скоротилися на 8% до 620 млн. тонн CO₂ – рівня, який не спостерігався з 1950-х років, коли німецька економіка була приблизно в 10 разів меншою. На вугільних електростанціях країни спостерігалось падіння виробництва електроенергії більш ніж на 25% у порівнянні з минулим роком, оскільки попит на електроенергію знизився, а виробництво електроенергії з відновлюваних джерел, особливо вітру (+11%), зросло. З часткою понад 40% відновлювані джерела енергії вперше виробили більше

електроенергії у 2019 році, ніж вугільні електростанції Німеччини.

Туризм є надзвичайно важливим економічним чинником для Німеччини. За даними дослідження «Туризм як економічний фактор у Німеччині» Федерального міністерства економіки та енергетики і Федерального союзу німецької туристичної індустрії, споживчі витрати внутрішніх та іноземних туристів у Німеччині у 2015 році склали понад 287 млрд. євро. Ці доходи від товарів і послуг, безпосередньо затребуваних туристами, забезпечили майже три мільйони робочих місць (що відповідає частці 6,8% від загальної зайнятості всередині країни) і валову додану вартість понад 105 мільярдів євро (3,9% від загальної валової доданої вартості в Німеччині) [4].

Готельний бізнес в Німеччині розвивається активними темпами, удосконалюючи рівень свого сервісу і залучаючи з кожним роком все більше і більше туристів. В останнє десятиліття спостерігається постійне зростання як попиту, так і пропозиції в німецькому готельному господарстві. Кількість ночівель завдяки вітчизняним та закордонним гостям досягла рекордного рівня у 2019 році – 495 млн. осіб (див. рис. 1). У 2020 році було зафіксовано зменшення кількості ночівель зі зрозумілих причин – 302,3 мільйони [5].

Серед них у 2018 році 87,0 мільйонів міжнародних відвідувачів залишилися на ночівлю у Німеччині, що на 4,5% більше, ніж у 2017 році. Трьома основними ринками-джерелами для Німеччини в 2018 році були Нідерланди (12% міжнародних ночівель), Швейцарія (8,5%) і США (7,7%).

Кількість ночівель внутрішніми гостями впала на 1,3% до 40,1 мільйона у вересні 2022 року порівняно з вереснем 2021 року. З іншого боку, дуже сильне зростання було зафіксовано для ночівель гостей з-за кордону. Цей показник зріс на 60,9% у річному обчисленні до 7,1 млн [6].

Німеччина на сьогоднішній день є дуже популярною країною серед самих німців. Близько третини з них відпочивають у власній країні – у 2020 році через пандемію COVID-19 та пов'язані з нею обмеження на міжнародні поїздки цей попит тимчасово ще більше зріс. Безпосередньо в туристичній сфері створено більш як 6 мільйонів робочих місць, що становить 14% усіх найманих працівників у країні і сгенеровано майже 4% загальної валової доданої вартості німецької економіки, тобто 104 мільярди євро (див. табл. 1). Таким

Таблиця 1

Вплив галузі туризму на економіку Німеччини

	2016 р., млн. дол. США	2016 р., у %	2017 р. зростання у %
Вплив на ВВП	376,7	10,8	1,2
Вплив на зайнятість	6,086	14	0,4
Внутрішні витрати	319,7	9,2	1,4
Витрати на дозвілля	288,0	3,1	1,7
Бізнес витрати	78,4	0,8	1,7
Капіталовкладення	27,2	3,9	4,8

Джерело: [7]

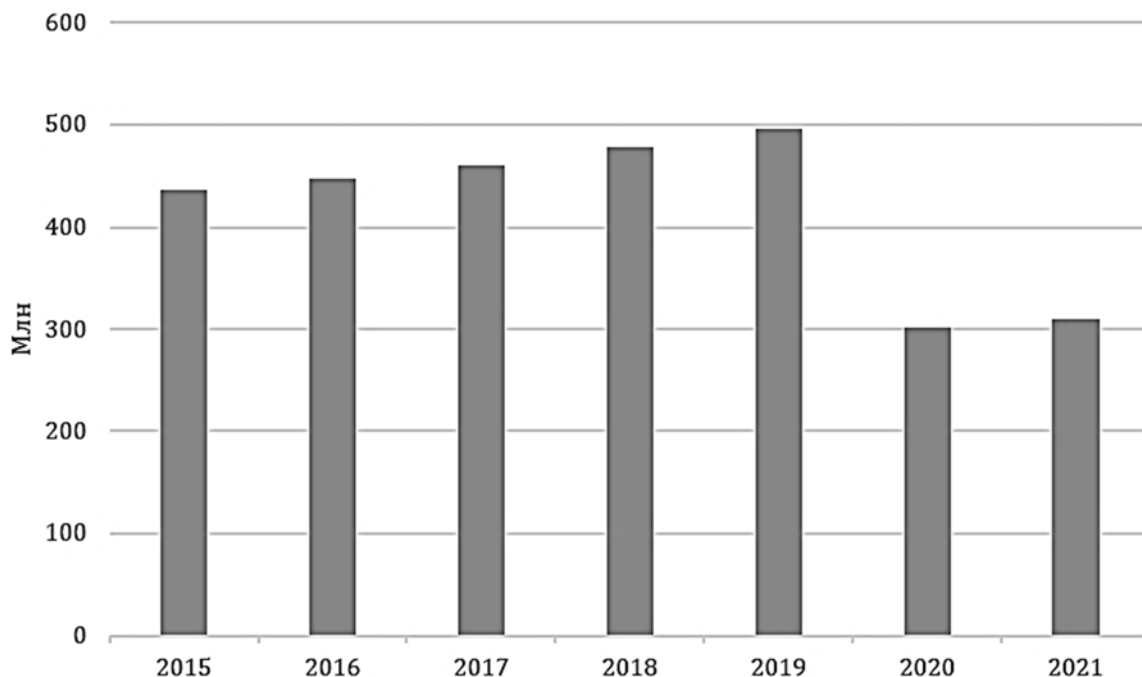


Рис. 1. Динаміка кількості туристичних ночівель (діб) у Німеччині

Джерело: побудовано автором за даними [5]

чином, туризм був співставний з автомобільною промисловістю та машинобудуванням і був одним з найбільш швидкозростаючих та високооборотних секторів економіки Німеччини.

Спільно з Центром сталого туризму при Університеті сталого розвитку Еберсвальде та туристичної спілки Futouris e.V., TourCert провів опитування понад 600 німецьких та австрійських туристичних компаній у червні 2020 року, щоб з'ясувати, як вони ставляться до сталого розвитку з огляду на всі економічні виклики, а саме COVID-19 (див. рис. 2).

Близько 60% респондентів представляли компанії індустрії гостинності, ще 20% – туристичні організації і майже 8% – турсператорів. Ключовий висновок полягав в тому, що сталий розвиток продовжуватиме відігравати важливу роль на етапі відновлення та після коронакризи. Наприклад, 90% респондентів вважали, що для більшої стійкості до майбутніх криз необхідна міцна довгострокова і значна економіка, навіть якщо це призведе до зниження темпів зростання.

Лише більш третини вважали доцільним повернення до старих темпів зростання щодо відновлення процвітання туризму. 90% респондентів також виступали за те, щоб адаптація до зміни клімату та захист клімату в туризмі мали найвищий пріоритет. Схвалення аспектів сталого розвитку було дещо менш вираженим, коли мова йшла про власну компанію. Однак ця стриманість, схоже, діяло лише в режимі антикризового управління, оскільки переважна більшість респондентів хотіли б у майбутньому більш тісно пов'язати свої корпоративні цілі з цілями сталого розвитку. Це бажання ілюструвалося та ілюструється напрочуд численними, конкретними та цілеспрямованими відповідями учасників на питання про майбутні заплановані заходи [6].

За даними Глобального опитування споживачів (GCS), проведеного компанією Statista, зміна клімату впливає на поведінку під час подорожей 65 відсотків усіх туристів у Німеччині. GCS – це глобальне опитування у понад 55 країнах світу, в якому беруть участь до 60 тис. респондентів у кожній країні. Повна відмова від подорожей з міркувань сталого розвитку виявляється рідкістю. Серед опитаних німців, які не планують поїздки в 2022 році, лише 6% назвали причиною захист навколишнього середовища. Таким чином, підвищення екологічної обізнаності про загрозу зміни клімату не перешкоджає загальному бажанню подорожувати. Скоріше, воно потенційно впливає на спосіб проведення відпустки.

І хоча 24% мандрівників з Німеччини заявили в GCS, що вони вже змінювали плани поїздок за кордон з екологічних причин в недалекому минулому, вони також дуже популярні в 2022 році. 70% німців, які запланували поїздки на цей рік, хотіли б також виїхати за межі власних національних кордонів.

Але крім обраних засобів пересування, є й інші аспекти, які впливають на сталість подорожі і знаходяться в центрі уваги туристів. Наприклад, 48% німецьких мандрівників надають значення запобіганню утворенню відходів під час відпустки. 40% надають значення економічному використанню ресурсів, таких як енергія і вода. А 39% хочуть справедливої оплати праці персоналу на курорті [8].

Пандемія COVID-19 змусила й мандрівників по всьому світу ще більше замислитися над питаннями сталого розвитку. Незаймана природа, дбайливе використання ресурсів та зосередженість

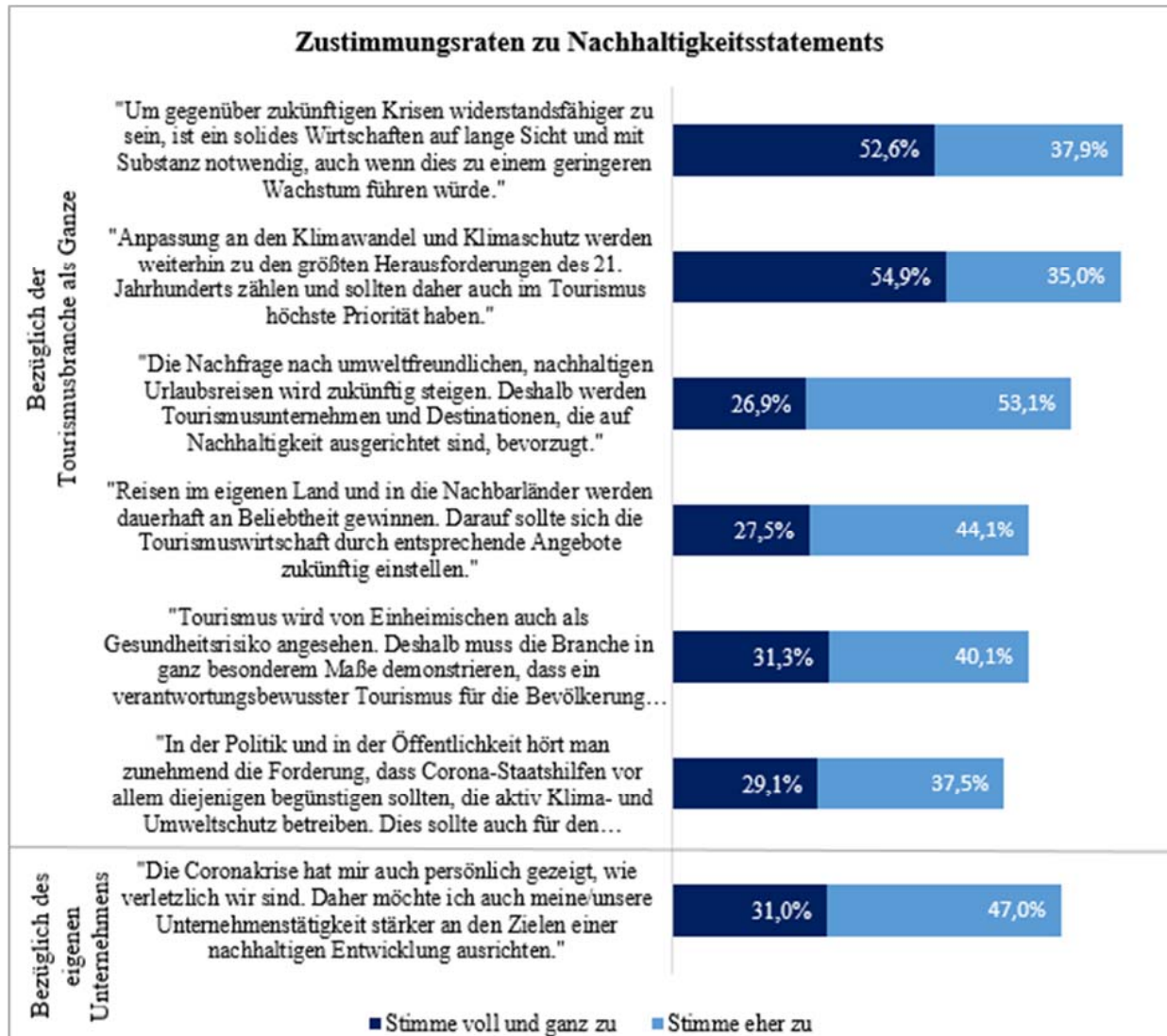


Рис. 2. Результати опитування туристичних компаній щодо їх ставлення до сталого розвитку з огляду на всі економічні виклики в період корона вірусу

Джерело: [6]

на добробуті набувають все більшого значення. За дорученням Федерального уряду Німеччини Німецька національна туристична рада (GNTB) вже понад 60 років працює на міжнародному рівні над просуванням Німеччини як туристичного напрямку. Воно доносить різноманітну привабливість країни до світового ринку, тим самим просуваючи сильний і привабливий бренд – «Destination Germany» («Дестинація Німеччина»). Рада сприяє розвитку перспективного та сталого туризму відповідно до цілей німецького уряду. Сталий розвиток є основною всеохоплюючою темою для GNTB, з якою він стратегічно взаємодіє у всіх сферах діяльності організації. Щоб відобразити глобальну зміну цінностей мандрівників у бік більшої соціальної та екологічної відповідальності, Німецька туристична рада позиціонує Німеччину як сталий та інклюзивний напрямок на міжнародному туристичному ринку. GNTB просуває широкий спектр пропозицій сталого туризму від Destination

Germany за допомогою кампанії «Feel Good», яка включає в себе вибір міст, регіонів та постачальників послуг розміщення, які особливо віддані принципам сталого розвитку в туризмі. Кампанія «Feel Good» також демонструє конкретні приклади подорожей, які втілюють в життя екологічні продукти та послуги в місцях призначення. Цей досвід дозволяє мандрівникам взаємодіяти з місцевими жителями та дізнатися про сталий розвиток з перших вуст. Для кращого представлення пропозицій було створено чотири кластери: «Активний відпочинок на свіжому повітрі», «Освіта і досвід», «Відповідальна насолода» і «Сталий досвід у великих і малих містах». Поради щодо сталого туризму доповнюють інформацію, а багатомовний калькулятор викидів CO₂ дозволяє мандрівникам задокументувати викиди під час подорожі та компенсувати їх за допомогою місцевих схем.

Транспортна система Німеччини є величезною і має сполучення з віддаленими місцями та

Держава та регіони

регіонами. Мережа ідеально підходить для безперешкодної, екологічно чистої, орієнтованої на враження подорожі, не кажучи вже про подорож до місця призначення без стресу та розслаблююче перебування. Німецькі регіони та дестинації завжди мають чудові ідеї щодо того, як їхні гості можуть досліджувати місцевість за допомогою зручних екологічних методів. У великих містах, наприклад, поряд зі звичними автобусними та залізничними мережами є пункти прокату велосипедів, електровелосипедів та електросамокатів. Автобуси та поїзди зупиняються на найкращих віддалених велосипедних доріжках та пішохідних маршрутах. Якщо ви залишили вдома власний велосипед, можна взяти напрокат трекінгові або гірські велосипеди, навіть електричні. Відвідувачі також можуть вийти на воду на дошках для веслування, каное або байдарках, подекуди є навіть кліматично нейтральні човни на сонячних батареях.

Національний залізничний оператор Deutsche Bahn бере активну участь у проведенні кампанії «Feel Good». Компанією було ініційовано численні заходи із захисту клімату, природи і ресурсів, зменшення шумового забруднення і досягнення своїх цілей сталого розвитку.

Заклади розміщення та харчування по всій Німеччині керуються принципами сталого розвитку, забезпечуючи якісний та екологічний досвід для своїх гостей. Великі готельні мережі в Німеччині скорочують викиди CO₂ за рахунок використання сучасних технологій, заощаджують ресурси завдяки екологічно свідомому управлінню та зменшують обсяги відходів. Крім того, багато менших готелів також повністю присвятили себе питанням сталого розвитку завдяки творчим ініціативам.

За допомогою так званого «зеленого путівника» на сторінці програми можна знайти вибір сертифікованого житла всіх типів і розмірів (див. рис. 3).

Наприклад, на карті можна побачити, що готель Pullman Dresden Newa (Дрезден) сертифікований знаком Certified Green Hotel. Також можна дізнатися деталі та зручно перейти на веб-сайт готелю [9].

Certified Green Hotel – це вимогливий знак якості, який робить значний внесок в екологічне, а частково і в соціальне покращення в туризмі.

Критерії для присвоєння знаку розробляються спільно незалежними органами, а процес присвоєння знаку є прозорим. Інспекції проводяться до присвоєння знаку, а також кожні три роки після цього. Проміжні аудити проводяться на основі документів та матеріалів у вільному доступі. Якщо власник лейблу порушує критерії його присудження, до нього застосовуються санкції.

Ріка Жан-Франсуа, спеціаліст з корпоративної соціальної відповідальності ITB Berlin: «Кожен крок на шляху до сталого розвитку має значення. Наприклад, курорт за системою «все включено» може управлятися відповідально і стійко, якщо, наприклад, він має хороше управління відходами і водою, використовує екологічно чисту енергію і продукти харчування місцевого виробництва, а співробітники також походять з регіону – але за цим має стояти менеджмент».

Федеральний уряд несе основну відповідальність за розробку, формування та просування туристичної політики. Йому допомагає Консультативна рада з питань туризму, яка об'єднує інтереси уряду, туристичної індустрії, академічних кіл та інших зацікавлених сторін (див. рис. 4).

Підтримка туризму залишається в центрі уваги регіональної політики федерального уряду, в тому

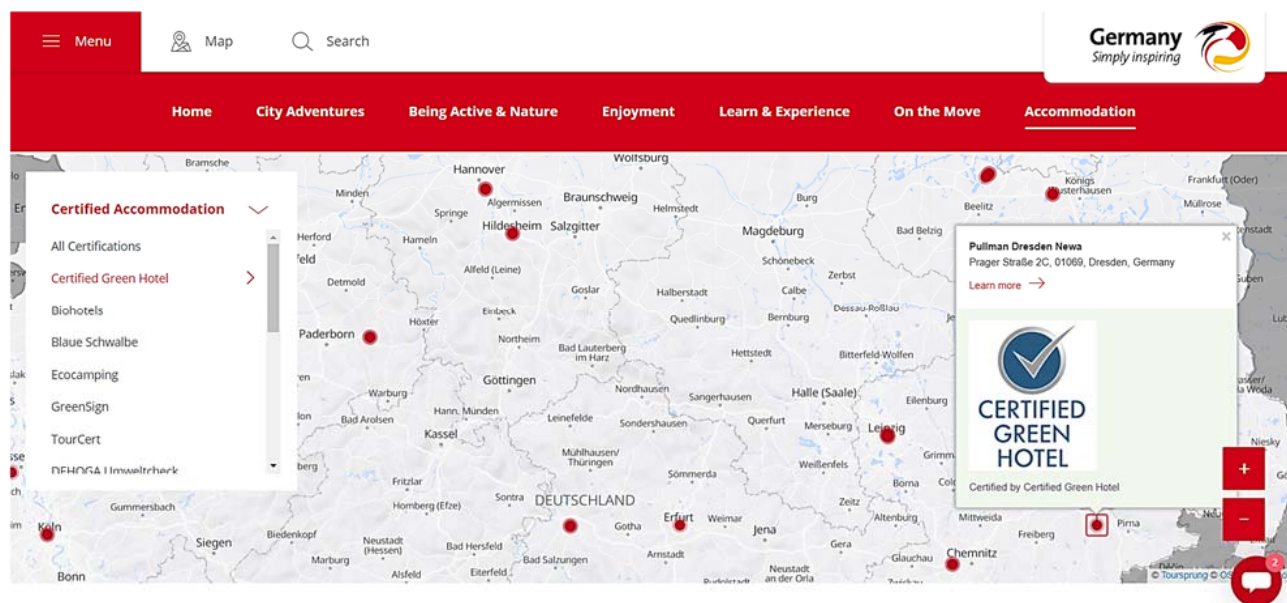


Рис. 3. «Зелений путівник» для пошуку стійких готелів на сайті кампанії «Feel Good» Німецької національної туристичної ради

Джерело: [9]

числі через Спільну федерально-земельну програму вдосконалення регіональних економічних структур, яка передбачає фінансування у формі інвестицій у торгівлю та промисловість (включаючи економіку туризму), а також муніципальних інвестицій в економічну інфраструктуру (включаючи базову інфраструктуру для туризму, розвиток земельних ділянок для туризму та громадські туристичні об'єкти). Бюджет для туризму становив 909 млн. євро на період 2014–2018 рр., який був рівномірно розподілений між федеральним бюджетом та бюджетами земель.

Федеральне міністерство навколишнього середовища, охорони природи, безпеки ядерних реакторів та захисту прав споживачів (BMUV) відповідає за низку напрямків державної політики, що відображено в назві самого міністерства. Поміж іншим, він також приділяє неабияку увагу сталому розвитку туризму.

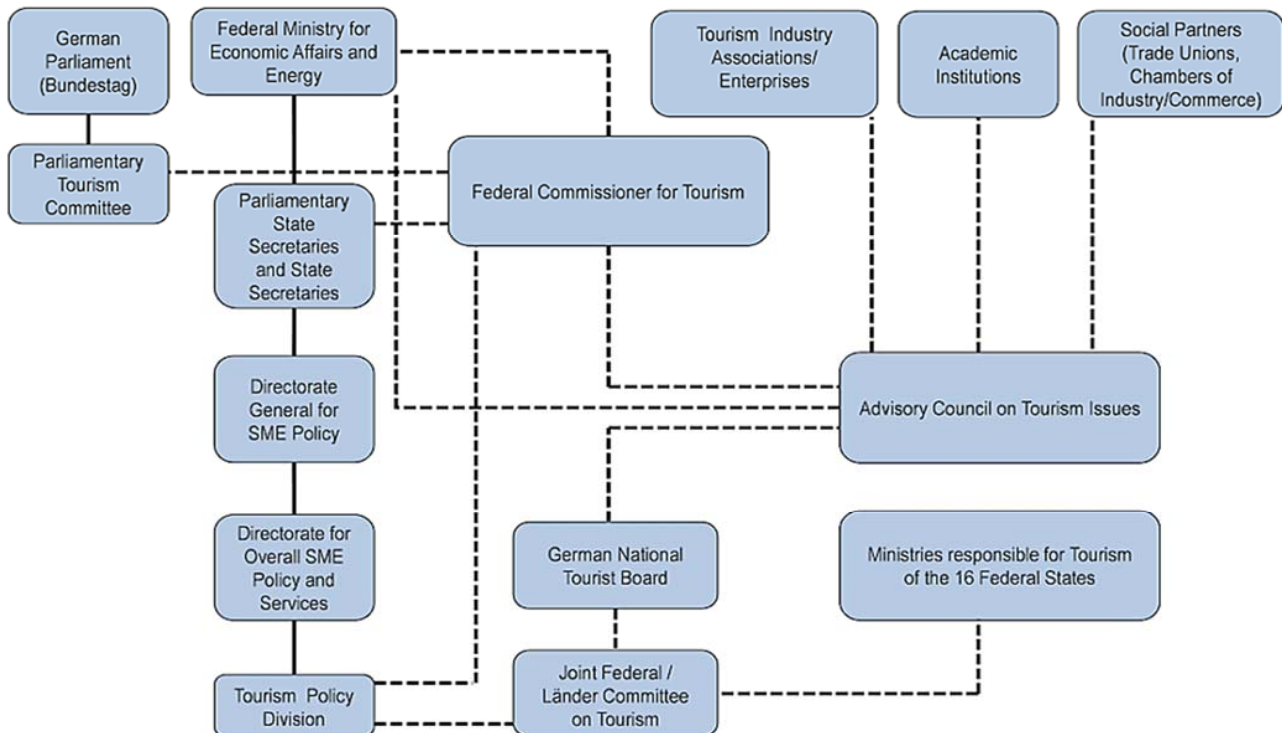
У 2012–2013 рр. Федеральне міністерство навколишнього середовища, охорони природи та безпеки ядерних реакторів, Федеральне агентство з охорони природи (BfN) та Німецька туристична асоціація (DTV) спільно започаткували конкурс «Сталі туристичні дестинації Німеччини», в якому можуть взяти участь усі туристичні регіони Німеччини. Він був розроблений з метою відзначення регіонів, які особливо віддані ідеї сталого туризму та створення стимулу для розвитку внутрішнього туризму. Після першого конкурсу у 2012–2013 рр. (призер – регіон Уккер-

марк та подальшого розвитку, другий конкурс у 2016–2017 рр. завершився перемогою біосферного заповідника «Швабський альб». Регіон привернув увагу експертного журі як чудовий приклад того, як послідовний сталий підхід може зміцнити почуття спільності та ідентичності серед місцевого населення. Проект вже був визнаний пілотним дослідженням Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) в рамках глобальної ініціативи «Вимірювання сталості туризм». Таким чином, вона також доповнює участь BMUV в туристичній програмі 10-річної Рамкової програми Організації Об'єднаних Націй (ООН) зі сталого споживання та виробництва.

На основі даних аналізу подорожей 2019 року дослідницький альянс Urlaub und Reisen (Відпочинок та подорожі) за дорученням Федерального міністерства навколишнього середовища, охорони природи та безпеки ядерних реакторів також вперше розробив індикатори попиту на сталий відпочинок, що базуються на попиті. Аналіз показує, що розрив між позитивним ставленням до сталого розвитку та фактичною сталою поведінкою під час відпочинку залишається дуже великим. Існує також значний простір для вдосконалення щодо компенсації викидів CO₂: У 2018 році було компенсовано лише чотири відсотки польотів [11].

Етичні принципи також відіграють важливу роль. Федеральний уряд чітко дотримується Глобального етичного кодексу, прийнятого Генеральною асамблеєю Всесвітньої туристської організа-

Germany: Organisational Chart of tourism bodies



Source: OECD, adapted from the Federal Ministry for Economic Affairs and Energy, 2020

Рис. 4. Організаційна схема державних туристичних органів Німеччини

Джерело: [10]

ції (ЮНВТО) у 1999 році, і закликає зацікавлені сторони туристичної індустрії приділяти першочергову увагу Кодексу та принципам, що містяться в ньому, і надавати їм першочергового значення.

Німеччина є одним із лідерів просування сталого розвитку туризму в Європі, про що свідчить велика кількість туристичних організацій, ініціатив та компаній (див. табл. 2), які прагнуть досягти сталості в усіх її проявах.

ITB Berlin (Internationale Tourismus-Börse Berlin) є найбільшою у світі туристичною виставкою. Серед компаній, представлених на виставці, – готелі, туристичні бюро, туроператори,

системні провайдери, авіакомпанії та компанії з прокату автомобілів. ITB Berlin проходить щорічно у березні у виставковому центрі «Мессе Берлін». З моменту заснування у 1966 році ITB Berlin зарекомендувала себе як система орієнтирів світової туристичної індустрії. Бренд ITB Berlin займає міцне місце в календарі кожного, хто любить подорожувати професійно і особисто. Як провідний світовий туристичний бренд, вони також створюють контент: низку подкастів про тенденції та нагальні питання в туризмі. Сталий розвиток знаходиться в центрі уваги ITB Berlin: «Ми не можемо розвивати туризм без відпові-

Таблиця 2

Перелік туристичних агенцій та платформ зі сталого та соціального туризму в Німеччині

Назва	Характеристика та діяльність
Forum anders reisen e.V. (форум «подорожує по-іншому»)	Це об'єднання туристичних компаній, які віддали ідеї сталого туризму. «Наша назва означає досвід подорожей, орієнтованих на людей та навколишнє середовище. Ми дбайливо і цілеспрямовано використовуємо місцеві ресурси, з повагою ставимося до чужих культур. Разом ми несемо відповідальність за економічний і соціальний розвиток тут і в країнах, які ми відвідуємо». Форум Андерс Райзен був заснований у 1998 році і зараз налічує близько 130 членів. Прагнення Форуму до подальшого вдосконалення та поширення туристичної пропозиції відповідно до принципів сталого туризму виявляється у активній участі в соціальних і політичних дебатах, а також на виставках, заходах і через засоби масової інформації
ReNatour	З 1994 року компанія ReNatour, яка є піонером у сфері сталого туризму, розробляє концепції подорожей та програми для дорослих і дітей в Європі на основі природи. Важливе значення мають типові та автентичні умови проживання, здорова, регіональна, органічна кухня для гостей, а також підтримка місцевої інфраструктури та справедлива оплата.
For Family Reisen	Провідний туроператор Німеччини з організації пригодницьких сімейних подорожей по всьому світу. For Family Reisen фокусується на автентичних, унікальних та екологічно чистих подорожах у складі груп та індивідуальних подорожах, дружніх до дітей.
WomenFair Travel	Пропонує понад 150 креативних та активних турів для жінок у складі невеликих груп. Ці тури проводяться по всьому світу, деякі з них досить унікальні. Їх місія полягає в тому, щоб сприяти справжнім зустрічам з жінками, подорожам у віддалених природних ландшафтах, залученню малого та переважно екологічно свідомого жіночого бізнесу, а також справедливій оплаті та співпраці з усіма залученими сторонами.
BUND-Reisen	Екологічний туроператор для пішохідних подорожей невеликими групами до найкрасивіших природних скарбів по всій Європі, що прагне бути максимально дружніми до навколишнього середовища. У своїх подорожах ніколи не використовують літак, пропонуючи волонтерські проекти для захисту та відновлення природи, збереження біорізноманіття тощо. Вважають важливим підтримку місцевої інфраструктури, а також співпрацю з невеликими приватними закладами розміщення та місцевими гідами.
Atambo Tours	Туроператор з організації приватних відпусток мрії, пригодницьких подорожей та весіль за кордоном. Сертифікований за стандартами сталого розвитку, а саме сертифікатом CSR, що розшифровується як «Корпоративна соціальна відповідальність»
Contrastravel	Німецька компанія, що спеціалізується на сталому туризмі в Ісландії та на Фарерських островах. Contrastravel пропонує індивідуальні подорожі та екскурсії у складі невеликих груп, а також всі види активних турів, таких як піші прогулянки, верхова їзда та екологічно чисте спостереження за китами.
Travel Industry Club	Зареєстрована асоціація, що заснована в 2005 році та базується у Франкфурті. Стверджує, що має понад 800 членів. Метою є покращення сприйняття приватного та ділового сектору подорожей серед громадськості, ЗМІ та політики. Ще одним завданням є здійснення або введення в експлуатацію опитувань і маркетингових досліджень на предмет туризму. Навесні 2014 року був заснований Клуб індустрії молодих подорожей, який орієнтований на молодих фахівців туристичної галузі та студентів туристичних дисциплін. Мета полягає в тому, щоб запропонувати молодшому персоналу можливість обмінюватися ідеями та спілкуватися один з одним та з провідними менеджерами туристичної галузі.

дальності. Ми, на ITB Berlin, були лідерами в цій галузі, відводячи провідну роль сталому розвитку. Ми дійсно не можемо продовжувати рости і розвиватися, тому що у нас тільки одна планета. І я радий, що наша платформа використовується для підвищення обізнаності серед зацікавлених сторін у сфері туризму», – зазначив Ріка Жан-Франсуа, Комісар ITB з питань корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку туризму.

Окрім великих організацій та ініціатив, в Німеччині розробляються різноманітні стартапи, які мають на меті активізувати туристичний сектор:

– Faircations – універсальний процес бронювання, який дозволить гнучко комбінувати індивідуальні стійкі та/або компенсовані варіанти, такі як переліт, проживання або екскурсії. Соня Карл – засновниця компанії – каже, що немає способу уникнути перельотів у далеких подорожах. Тож, щоб полегшити кліматично дружні подорожі тут і зараз, колишня керівниця відділу далеких та розкішних подорожей у великій туристичній компанії створила портал для пошуку сталих пакетних турів. На додаток до елементів компенсації викидів CO₂, Faircations забезпечує стійкість по всьому ланцюжку створення вартості подорожі: екологічну сумісність, соціальну та економічну справедливість. Один відсоток від вартості подорожі перераховується на обрані проекти сталого розвитку;

– Tutaka – це компанія в Гамбурзі, яка має на меті зробити готельний сектор більш стійким. Tutaka консулює готелі та перевіряє матеріали, використання ресурсів, умови виробництва та транспортні шляхи продукції,

що постачається. «Ланцюги поставок у цьому секторі мають величезний потенціал для позитивних змін», – кажуть засновниці Франциска Альтенрат та Олександра Хергет. У 2019 році вони отримали урядову нагороду як креативні пілоти.

Bookitgreen присуджує до п'яти зелених листків за екологічне житло. Платформа дозволяє користувачам легко з'ясувати такі речі, як використання органічних інгредієнтів у продуктах харчування, екологічно чистих миючих засобів, економія води або хороший режим переробки відходів в обраному житлі. Це допомагає заощадити близько 90 літрів води та шість кілограмів CO₂ за ніч, як кажуть оператори. Крім того, bookitgreen висаджує нове дерево за кожен прийнятий варіант розміщення [12].

Важливо також розуміти, як різні міста дають можливість різним групам громадян задовольняти свої потреби. У 2018 році компанія Arcadis (Нідерланди) досліджувала сталий розвиток міст з точки зору громадянина і оприлюднила результати у своєму виданні (див. рис. 5). До першої десятки рейтингу найбільш сталих міст входять Мюнхен (7 місце) та Франкфурт-на-Майні (10 місце). Гамбург та Берлін посіли 17 та 18 місця відповідно. Цей індекс оцінює 100 міст по всьому світу за трьома критеріями: соціальні та суспільні факто-

ри, такі як мобільність та якість життя, екологічні фактори, серед яких споживання енергії, забруднення та викиди, та економічні показники [13].

Згідно з індексом міських зелених насаджень Husqvarna Urban Green Space Index, Штутгарт у землі Баден-Вюртемберг посідає сімнадцяте місце у світі за рівнем озеленення. Дані були зібрані на основі супутникових знімків та за допомогою штучного інтелекту.

Так, 58% міської території Штутгарта є «зеленою зоною» – близько третини дерев та рослинності понад один метр, 21% газонів та луків. Це робить Штутгарт найзеленішим містом Німеччини, а його прихильність до стратегій сталого розвитку і муніципального партнерства з питань клімату довела свою цінність [14].

Разом з тим, є і будуть виклики для Німеччини як туристичної локації. До них відносяться демографічні зміни, нестача кваліфікованих працівників, тривала цифровізація, зміна клімату, слабка структура сільських територій, зростаючі потреби в мобільності або зміна умов безпеки.

Висновки. Отже, проаналізовано стан та проблеми сталого розвитку туризму в Німеччині. Країна має величезну туристичну привабливість, яка визначається наявністю природних ресурсів, культурно-історичних визначних пам'яток, розвинутою інфраструктурою традиційних оздоровчих курортів і сучасною архітектурою великих міст, які мають всі можливості для організації різних видів туризму. Внесок туризму в економіку Німеччини досить значний і характеризується наступними показниками: займає друге місце по обсягах доходів після машинобудування, створює 4% Внутрішнього валового продукту країни, надає робочі місця для 6 млн осіб. Велику роль в розвитку сталого туризму в Німеччині відіграють Федеральний уряд та різноманітні туристичні організації (наприклад, Німецька національна туристична рада).

Аналіз позитивного досвіду Німеччини у розвитку її туристичної галузі показав, що він може бути використаний з метою вирішення проблем у розвитку аналогічної галузі в Україні, а саме: у вдосконаленні системи державного регулювання туризму, а також у подоланні проблем та вдосконаленні процесу просування туристичних можливостей України всередині країни та за кордоном. Для подальшого успішного впровадження принципів сталості у розвиток туризму необхідна консолідація зусиль всіх зацікавлених сторін на всіх рівнях, урахування інтересів всіх груп, включаючи місцеві громади, туристів, представників туристичного бізнесу тощо. Незаперечно важливою є роль уряду, оскільки він покликаний розробити стратегічну основу планування розвитку індустрії туризму з урахуванням принципів сталості, забезпечити вивчення рекреаційної ємності територій, ініціювати розроблення систем сертифікації, показників стійкого розвитку з метою контролю за наслідками туристичної діяльності з соціальної, екологічної та економічної точок зору.

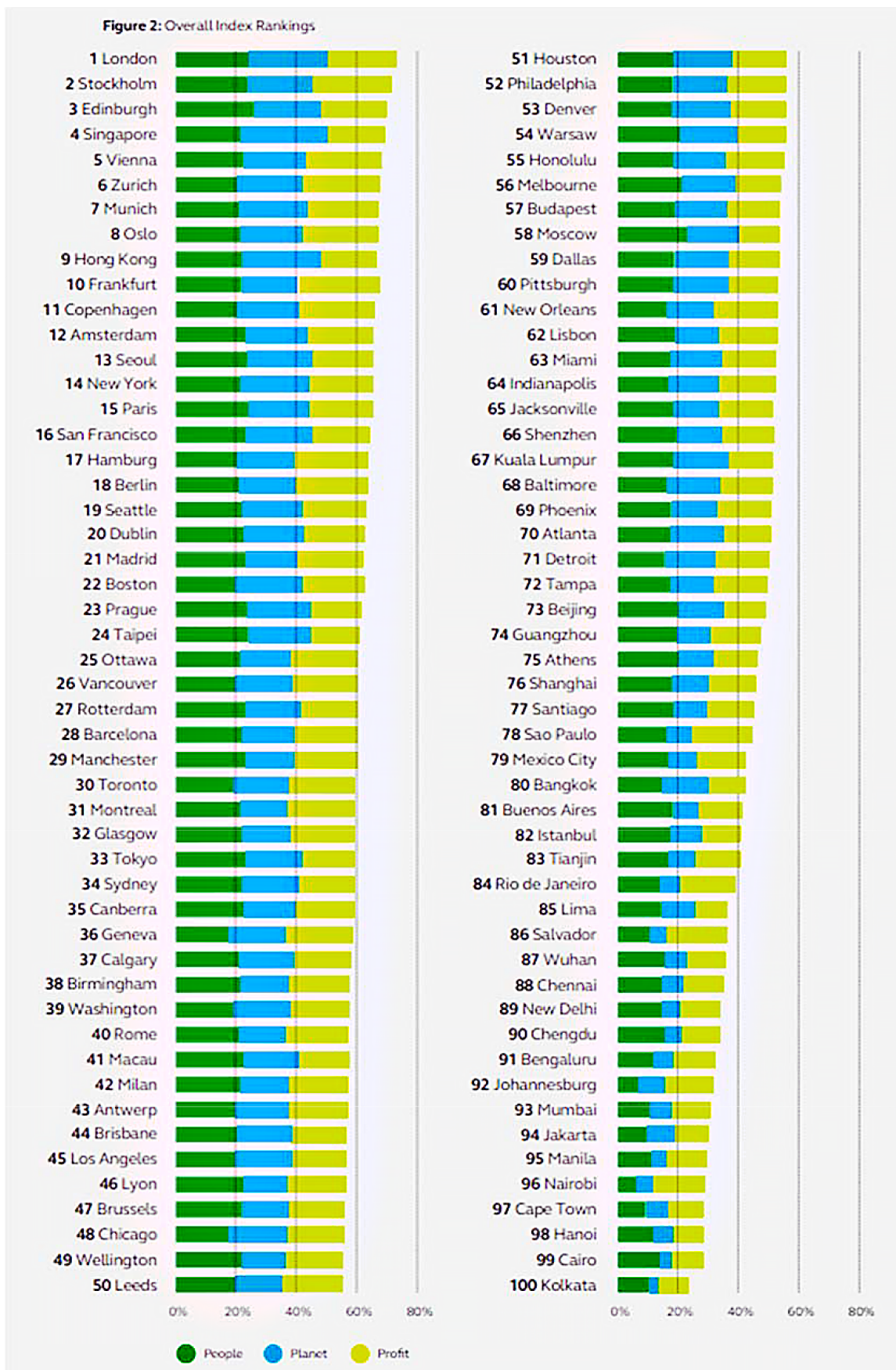


Рис. 5. Рейтинг найбільш сталих міст світу

Джерело: [13]

Бібліографічний список:

1. Національна парадигма сталого розвитку України / за заг. ред. академіка НАН України, д.т.н., проф. Б. Є. Патона. Київ : Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України, 2012. 72 с.
2. Гришук А. М., Масюк Ю. О. Визначення впливу розвитку туризму на національну економіку. *Економічний аналіз*. 2015. Т.21. № 1. С. 26–33.
3. Tourism industry in Germany: веб-сайт. URL: <https://www.statista.com/topics/6046/tourism-industry-in-germany/> (дата звертання: 11.02.2023).
4. Рішення Кабінету міністрів Федерального уряду від 30.04.2019 : Ключові моменти орієнтовних рамок федерального уряду на національну стратегію розвитку туризму. URL: https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Downloads/E/eckpunkte-tourismusstrategie.pdf?__blob=publicationFile&v=6 (дата звернення: 11.02.2023).
5. Number of overnight stays at travel accommodation in Germany. URL: <https://www.statista.com/statistics/560792/overnight-stays-german-accommodation/> (дата звернення: 11.02.2023).
6. Destatis Statistisches Bundesamt. Туризм в Німеччині у вересні 2022 року: на 4,7% більше ночівель, ніж в тому ж місяці роком раніше. Прес-реліз № 470 від 10 листопада 2022 року. URL: <https://www.destatis.de> (дата звернення: 11.02.2023).
7. Travel & Tourism Economic Impact 2017 Germany. URL: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/germany2017.pdf> (дата звернення: 11.02.2023).
8. TourCert Journal. Опитування під час коронавірусної кризи щодо наслідків для сталого розвитку туризму. 2020. URL: Corona survey on implications for the sustainable development of tourism – TourCert (дата звернення: 11.02.2023).
9. Feel good Sustainable accommodation – diverse and comfortable – Germany Travel: Find accommodation that meets sustainability standards. URL: <https://www.germany.travel/en/feel-good/accommodation.html> (дата звернення: 11.02.2023).
10. Germany: Organisational Chart of tourism bodies. Tourism governance and funding. OECD iLibrary. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/9633dbda-en/index.html?itemId=/content/component/9633dbda-en#component-d1e39722> (дата звернення: 18.11.2022).
11. Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation, Nuclear Safety and Consumer Protection. Sustainable Tourism. TravelAnalyses. 2019. URL: <https://www.bmu.de/en/topics/sustainability-digitalisation/tourism> (дата звернення: 11.02.2023).
12. Платформа з пошуку стійкого житла. URL: <https://bookitgreen.com/en/> (дата звернення: 11.02.2023).
13. Arcadis: Design&Consultancy. Міста, орієнтовані на громадян. Індекс сталих міст Європа. 2018. 32 с. URL: <https://www.arcadis.com/en/creativehubfrankfurt.de> (дата звернення: 11.02.2023).
14. Інструмент для оцінки озеленення міст HUGSI (Husqvarna Urban Green Space Index). URL: HUGSI for rankings HUGSI (дата звернення: 11.02.2023).
- Use and Sustainable Development of the National Academy of Sciences of Ukraine
2. Hryshchuk A. M., Masiuk Yu. O. (2015) Vyznachennia vplyvu rozvytku turyzmu na natsionalnu ekonomiku [Determination of the impact of tourism development on the national economy]. *Economic analysis*, vol. 21, № 1, pp. 26–33.
3. Tourism industry in Germany. Available at: <https://www.statista.com/topics/6046/tourism-industry-in-germany> (accessed 11.02.2023).
4. Rishennia Kabinetu ministriv Federalnogo uriadu vid 30.04.2019 : Kliuchovi momenty oriietovnykh ramok federalnogo uriadu na natsionalnu stratehiu rozvytku turyzmu [Decision of the Cabinet of Ministers of the Federal Government dated 04.30.2019: Key points of the indicative framework of the federal government for the national strategy of tourism development]. Available at: https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Downloads/E/eckpunkte-tourismusstrategie.pdf?__blob=publicationFile&v=6 (accessed 11.02.2023).
5. Number of overnight stays at travel accommodation in Germany. Available at: <https://www.statista.com/statistics/560792/overnight-stays-german-accommodation/> (accessed 11.02.2023).
6. Destatis Statistisches Bundesamt. Press release № 470 of November 10, 2022. Tourism in Germany in September 2022: 4.7% more overnight stays than in the same month a year earlier – Federal Statistical Office (destatis.de) (accessed 11.02.2023).
7. Travel & Tourism Economic Impact 2017 Germany. Available at: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/germany2017.pdf> (accessed 11.02.2023).
8. TourCert Journal. A survey during the coronavirus crisis on the consequences for the sustainable development of tourism. 2020. Available at: Corona survey on implications for the sustainable development of tourism – TourCert (accessed 11.02.2023).
9. Feel good Sustainable accommodation – diverse and comfortable – Germany Travel: Find accommodation that meets sustainability standards. Available at: <https://www.germany.travel/en/feel-good/accommodation.html> (accessed 11.02.2023).
10. Germany: Organisational Chart of tourism bodies. Tourism governance and funding. OECD iLibrary. Available at: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/9633dbda-en/index.html?itemId=/content/component/9633dbda-en#component-d1e39722> (accessed 18.11.22).
11. Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation, Nuclear Safety and Consumer Protection. Sustainable Tourism. Travel Analyses. 2019. Available at: <https://www.bmu.de/en/topics/sustainability-digitalisation/tourism> (accessed 11.02.2023).
12. Platforma z poshuku stiikoho zhytla [Platform for finding sustainable housing]. Available at: <https://bookitgreen.com/en/> (accessed 11.02.2023).
13. Arcadis: Design&Consultancy. Mista, oriietovani na hromadian. Indeks stalykh mist Yevropa [Citizen-centric cities. Index of Sustainable Cities Europe]. Available at: <https://www.arcadis.com/en/creativehubfrankfurt.de> (accessed 11.02.2023).
14. Instrument dlia otsinky ozelenennia mist HUGSI (Husqvarna Urban Green Space Index) [Tool for evaluating urban greening]. Available at: HUGSI for rankings HUGSI (accessed 11.02.2023).

References:

1. Paton B. Ye. (2012) Natsionalna paradyhma staloho rozvytku Ukrainy [National paradigm of sustainable development of Ukraine]. Kyiv: Institute of Economies of Nature

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 339.138

DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-1-7>

Багорка М.О.

доктор економічних наук,
професор кафедри маркетингу
Дніпровського державного аграрно-економічного університету

Кадирус І.Г.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу
Дніпровського державного аграрно-економічного університету

Bahorka Mariia

Doctor of Economics,
Professor at the Department of Marketing
Dnipro State Agrarian and Economic University

Kadyrus Iryna

Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor at the Department of Marketing
Dnipro State Agrarian and Economic University

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

FORMATION OF THE MARKETING SYSTEM OF AN AGRICULTURAL ENTERPRISE

В статті досліджено зміст, функцій та підходів щодо формування ефективної системи маркетингу та управління нею, розроблені практичні рекомендації стосовно впровадження елементів даної системи в діяльність аграрних підприємств. Для удосконалення процесу управління системою маркетингу на підприємстві запропоновано використання системного підходу, який полягає в тому, що досягнення загальної мети підприємства можливе лише тоді, коли управління системою маркетингу слід розглядати як єдину систему, яка, складається окремих елементів, які взаємодіють і доповнюють один з одного. Для оцінювання ефективності системи маркетингу на підприємстві запропоновано використовувати методологію системної динаміки SD, яка дозволить визначити взаємодію між відповідними факторами маркетингової системи та виявити причинно-наслідкові зв'язки, щоб пояснити, як різні фактори можуть впливати на систему маркетингу та як вони взаємодіють один з одним. Використовуючи цю можливість SD, можна представити кілька сценаріїв для удосконалення системи маркетингу на підприємствах.

Ключові слова: система маркетингу, аграрні підприємства, управління системою маркетингу, ефективність системи, системний підхід.

The article examines the content, functions and approaches to the formation of an effective marketing system and its management, developed practical recommendations regarding the implementation of the elements of this system in the activities of agricultural enterprises. To improve the process of managing the marketing system at the enterprise, it is proposed to use a systemic approach, which consists in the fact that the achievement of the overall goal of the enterprise is possible only when the management of the marketing system should be considered as a single system, which consists of separate elements that interact and complement each other. The elements of the enterprise's marketing system include organizational-management, research and program-controlled elements. These elements can be represented by separate departments, each of which performs its own work. The marketing system of an agricultural enterprise should include all functions and performers who perform certain actions that are necessary for the profitable use of market opportunities. When forming a marketing system, the enterprise should use a comprehensive approach, which involves the study of controlling and non-controlling factors that affect the

level of its competitiveness, as well as an analysis of strengths and weaknesses. Under the condition of effective management of the marketing system at the enterprise using a systemic approach, the following goals can be achieved: timely determination of existing market needs; selection of the most attractive market segments; development of the necessary marketing programs, which will include the entire arsenal of marketing tools; maintaining the balance between supply and demand. All the listed goals are very important for the enterprise and can provide it with efficient operation, financial stability and maximum profits. To evaluate the effectiveness of the marketing system at the enterprise, it is proposed to use the SD system dynamics methodology, which will allow to determine the interaction between the relevant factors of the marketing system and to identify cause and effect relationships in order to explain how different factors can affect the marketing system and how they interact with each other. Using this SD capability, several scenarios can be presented to improve the marketing system in enterprises.

Key words: marketing system, agricultural enterprises, marketing system management, system efficiency, system approach.

Постановка проблеми. Аграрні підприємства, які виробляють сільськогосподарську продукцію, можуть значно підвищити свій потенціал розвитку, впроваджуючи маркетинг в свою діяльність. В той же час, слід зазначити, що переважна більшість аграрних підприємств взагалі не розуміють сутності, особливостей та важливості формування системи маркетингу на підприємстві, а, отже, не вважають за необхідне використовувати можливості щодо підвищення конкурентоспроможності.

З метою забезпечення ефективного ведення бізнесу аграрними формуваннями в сучасних реаліях розвитку економічних відносин, постає необхідність впровадження маркетингу в їх виробничо-збутову діяльність. Маркетинг в сільськогосподарських підприємствах є одним з головних складових їх комерційно-збутової діяльності, і від правильної його організації суттєво залежить успіх функціонування підприємства і економічні результати його діяльності.

Процес формування ефективної маркетингової системи в аграрних підприємствах направлений на підвищення ефективності їх виробництва покращення основних економічних показників. Особливості аграрного виробництва, організаційна структура, вид діяльності свідчать про необхідність вибору певної моделі маркетингу в кожному конкретному випадку. Ефективне впровадження системи маркетингу передбачає існування різних форм приватної власності та розширення діяльності комерційних структур. Для досягнення високого рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств та підвищення ефективності їх господарювання сільськогосподарських підприємств, необхідна конкурентоспроможна, альтернативна структура виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретичні аспекти та практичні рекомендації щодо формування системи маркетингу на підприємствах знайшли своє висвітлення у працях зарубіжних та вітчизняних науковців: Г. Андрусенко, І. Ансофф, В. Г. Герасимчук, Ф. Котлер, Є. В. Крикавський, С. В. Ковальчук, Н. В. Куденко, А. Ф. Павленко, М. Портер, С. В. Скибінський, Ф. І. Хміль, Н. І. Чухрай та ін. Такі дослідження набувають актуальності, тому що для успішного ведення бізнесу, кожне аграрне підприємство повинно вміти формувати ефективну систему маркетингу. Однак в нинішніх умовах дана проблема є досить актуальною і потребує подальшого дослідження

в розрізі діяльності аграрних підприємств. Зауважимо, що актуальність такого дослідження посилюється у зв'язку з відсутністю в сільськогосподарських підприємствах комплексного механізму стратегічного управління маркетингом, чітких формулювань мети, пріоритетів і критеріїв розвитку маркетингу, недостатнім використанням сучасних маркетингових технологій, домінуванням операційного маркетингу над стратегічним.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження змісту, функцій та підходів щодо формування ефективної системи маркетингу та управління нею, розробка практичних рекомендацій стосовно впровадження елементів даної системи в діяльність аграрних підприємств.

Виклад основного матеріалу. У нинішніх умовах господарювання розвиток маркетингової діяльності в аграрних підприємствах є одним із найбільш головних напрямів підвищення їх економічної ефективності. Незважаючи на це, переважна більшість аграрних товаровиробників не приділяє належної уваги щодо практичного використання інструментів сучасної концепції маркетингу. Вивчення причин даного явища дозволило нам визначити основні фактори, які стримують цей процес. Серед яких можна виділити наступні:

- інерційність мислення керівників;
- нестача фінансових ресурсів;
- відсутність фахівців відповідного профілю;
- відсутність у керівників достатніх знань і досвіду у сфері маркетингу;
- невпевненість у тому, що діяльність маркетингового підрозділу є ефективним і дозволить у нинішніх умовах позитивно вирішити питання, пов'язані з ефективним виробництвом і просуванням продукції на ринок.

На думку Лагодієнко В. В. «Система маркетингу на підприємстві – це комплекс ринкових відносин і інформаційних потоків, які пов'язують підприємство з ринками збуту, це загальне уявлення про маркетинг на підприємстві, що охоплює відділ маркетингу і є одним із елементів всієї системи підприємства» [1, с. 1260].

Карпенко А. В. вважає, що «Система маркетингу – це сукупність елементів стратегічного і операційного маркетингу в їх взаємозв'язку, метою якої є прийняття ефективних маркетингових рішень» [2, с. 135].

Примаєк Т. О. стверджує, що «маркетинг як система – це комплекс взаємопов'язаних еконо-

міко-організаційних, соціально-демографічних, правових, ринкових елементів та інформації щодо діяльності підприємств, які діють відповідно до цілей та принципів маркетингу» [3, с. 76].

Павленко А. Ф., Решетнікова І. Л., Войчак А. В., трактують систему маркетингу підприємства «як комплекс найсуттєвіших ринкових відносин та інформаційних потоків, що пов'язують підприємство з ринками збуту його товарів» [4, с. 117].

Отже, система маркетингу являє собою комплекс взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів маркетингу, а саме маркетинг-міксу, структури управління маркетингом, та функцій які здійснюються в зовнішньому та внутрішньому середовищі.

До складу елементів маркетингової системи підприємства включають організаційно-управлінський, дослідницький та програмно-контрольований елементи. Дані елементи можуть бути представлені окремими відділами, кожен з яких виконує свою роботу.

Якщо розглядати систему сільськогосподарського маркетингу, то можна відзначити, що вона включає дві основні підсистеми, а саме: маркетинг продукту і вхідний маркетинг.

Підсистема маркетингу продукції включає фермерів, трейдерів, оптовиків, переробників, імпортерів, експортерів, маркетингові кооперативи, регульовані маркетингові комітети та роздрібних торговців.

Вхідна підсистема включає виробників сировини, дистриб'юторів, пов'язані асоціації, імпортерів, експортерів та інших, які надають аграрним товаровиробникам різні виробничі ресурси.

Система аграрного маркетингу розуміється і розвивається як сполучна ланка між сільськогосподарським і несільськогосподарським секторами. Для того, щоб аграрні товаровиробники могли розвиватися і ефективно здійснювати свою діяльність необхідно, щоб вони були в достатній мірі забезпечені різними видами ресурсів (матеріальними, технічними, земельними і трудовими), а саме: добривами, пестицидами, сільськогосподарським обладнанням, машинами, паливом, електроенергією, пакувальними матеріалами та різними видами виробничо-технічних послуг, які надаються промисловістю та несільськогосподарськими підприємствами.

Система маркетингу аграрного сектору має бути такою, щоб забезпечити загальний добробут для всіх учасників ринку (виробники, споживачі, посередники та торговці) та всього суспільства в цілому.

Комплексна система маркетингу підприємства являє собою внутрішньо організовану по відношенню до зовнішнього середовища сукупність взаємопов'язаних складових (економічних, соціальних, організаційних, технічних та технологічних), цілісна єдність яких забезпечує, з одного боку, задоволення потреб споживачів, а з іншого – досягнення господарюючим суб'єктом поставлених цілей. Це є реальним за умови цілеспрямованого і ефективного функціонування в системі таких підсистем, як маркетингова інформація, комплекс маркетингу, управління маркетингом [5, с. 104]. Система маркетингу набуває особливої ваги в роботі підприємств, де вкрай важливою є орієнтація на більш повне задоволення потреб споживачів, збільшення продажів та прибутку за рахунок позбавлення від посередників і забезпечення більш тісного контакту з клієнтами, включаючи інформаційне забезпечення і аналітичну підтримку.

Отже, система маркетингу – це комплекс взаємопов'язаних складових частин або підсистем, які мають визначену спільну мету. Таким чином, система маркетингу аграрного підприємства повинна включати всі функції та виконавців, які виконують певні дії, які необхідні для прибуткового використання можливостей на ринку.

Інтереси фермера зосереджені на тому, щоб отримати найкращу віддачу від своєї продукції, яка зазвичай відповідає максимальній ціні та необмежену кількість продукції. Виробники хочуть отримати від фермера продукцію найкращої якості з найменшими витратами, щоб він міг продавати її за конкурентними, але прибутковими цінами.

Трейдери та роздрібні продавці прагнуть високоякісних і надійних поставок від виробника чи фермера за найпривабливішими цінами. Споживачі зацікавлені в отриманні високоякісної продукції за низькими цінами. Очевидно, що тут є суперечливі інтереси. Очевидно, що в довгостроковій перспективі будь-якій із чотирьох груп буде важко існувати, якщо не буде узгодженості інтересів між учасниками.

Система маркетингу має два чітких виміри. Одним із цих вимірів є установи, організації та підприємства, які функціонують на ринку, а другим – є функції, які ці учасники виконують. Науковці класифікували функції, пов'язані з маркетинговими процесами на аграрному ринку, як три групи функцій маркетингової системи (рис. 1).

Кожна із представлених функцій додає цінність продукту, і вони вимагають вхідних даних, тому вони несуть витрати. Поки додана вартість про-

Таблиця 1

Конфлікт інтересів у системах маркетингу сільськогосподарської продукції

Учасники ринку	Інтереси
Фермери	Максимальна ціна, необмежена кількість продукції
Виробники	Низька закупівельна ціна, висока якість продукції
Трейдери та роздрібні торговці	Низька закупівельна ціна, висока якість продукції
Споживачі	Низька закупівельна ціна, висока якість продукції

Джерело: узагальнено авторами

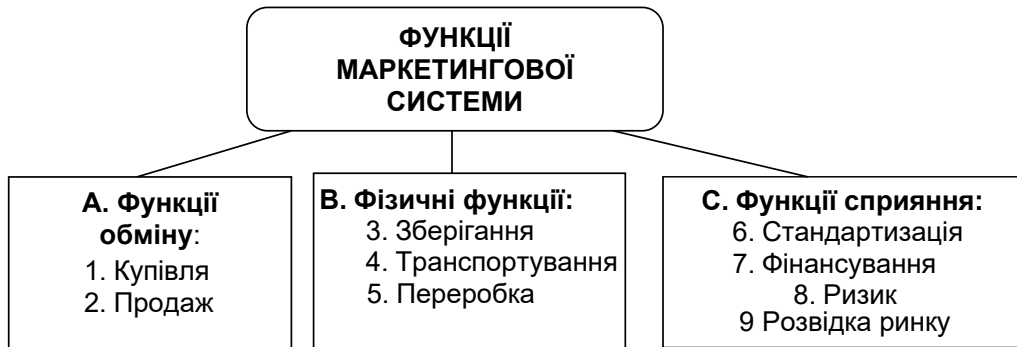


Рис. 1. Функції маркетингової системи, пов'язані з маркетинговими процесами на аграрному ринку

Джерело: узагальнено авторами

дукту позитивна, більшість фірм або підприємців вважатиме вигідним конкурувати за надання послуг. Розглянемо представлені функції маркетингової системи більш детально.

А. Функції обміну:

1. Купівля: маркетингова концепція стверджує, що потреби клієнта мають першочергове значення. Можна сказати, що виробник прийняв ринкову орієнтацію, коли виробництво навмисно планується для задоволення конкретних потреб або ринкових можливостей.

2. Продаж: із дев'яти перерахованих функцій це, ймовірно, та, яку споживачам легше всього асоціювати з маркетингом. Як ми знаємо, для багатьох терміни маркетинг і продаж є синонімами. Ф. Котлер припускає, що: «більшість фірм практикують концепцію продажу, коли у них надлишок можливостей. Їхня безпосередня мета – продавати те, що вони можуть зробити, а не робити те, що вони можуть продати» [6].

Підприємства приймають маркетингову філософію в результаті усвідомлення того, що їхні власні довгострокові цілі можуть бути реалізовані лише шляхом постійного забезпечення задоволеності споживачів. Тоді як продаж може створити споживача, маркетинг – це створення клієнта. Відмінність полягає в тому, що маркетинг – це формування та підтримка довгострокових відносин із споживачами.

В. Фізичні функції:

3. Зберігання: невід'ємною характеристикою сільськогосподарського виробництва є сезонність виробництва, тоді як попит, на сільськогосподарську продукцію постійний протягом року. Звідси виникає потреба в тривалому зберіганні, щоб забезпечити плавний і, наскільки це можливо, безперебійний потік сільськогосподарської продукції на ринок. Оскільки, сільськогосподарський товаровиробник він має справу з біологічним продуктом, він не користується такою ж гнучкістю, як наприклад, виробники переробних підприємств. У сільському господарстві, пропозиція часто перевищує попит у період безпосередньо після збору врожаю.

Перенасичення знижує ціни аграрних товаровиробників, а обсяг продукції низької якості може

бути надзвичайно високим. Здебільшого нагадуючи про період до наступного врожаю, продукт може бути дефіцитним, а торговцям і споживачам доводиться платити високі ціни, щоб забезпечити будь-які дефіцитні запаси.

Функція зберігання – це збалансування попиту та пропозиції. І виробники, і споживачі виграють від маркетингової системи, яка може зробити продукцію доступною, коли вона потрібна. Фермер, торговець, кооператив або роздрібний продавець, який зберігає продукт – надає послуги. Ця послуга є платною, і тому існують певні ризики у вигляді зменшення ринкового попиту, зниження цін. Тому, перш ніж відправляти продукцію на зберігання, необхідно ретельно вивчити ринок і вчасно зреагувати на коливання попиту.

4. Транспортування: транспортна функція полягає головним чином у забезпеченні наявності продукції там, де вона потрібна, без необґрунтованого збільшення загальної вартості продукту. Адекватне виконання цієї функції вимагає розгляду альтернативних маршрутів і видів транспортування з метою досягнення своєчасності, збереження якості продукції та мінімізації витрат на доставку.

Уміле управління транспортом має вирішальне значення для ведення ефективного маркетингу. Незалежно від того, чи працює один транспортний засіб чи декілька транспортних засобів, транспортуванням потрібно ретельно керувати, включаючи моніторинг витрат – роботи на різних типах доріг, витрати палива, планове та відновлювальне технічне обслуговування та ремонт технічних засобів.

Своечасне управління всіма аспектами роботи транспортних засобів також може зробити значний внесок в ефективний маркетинг, особливо щодо оптимального маршруту, планування, завантаження та розвантаження; максимізація доступних годин зміни, підтримання парку транспортних засобів на оптимальному рівні, враховуючи часові обмеження на доставку, час збору та розумне управління заміною та амортизацією транспортних засобів.

5. Переробка: Більшість видів аграрної продукції, перш ніж її продати повинна пройти доробку. Однак саме з цієї причини обробку слід включити

до маркетингової функції. Діяльність по зміні форми є однією з тих, які додають цінність продукту. Як змінювати форму виробництва та метод, який буде використано для здійснення таких змін, є маркетинговими рішеннями.

С. Функції сприяння.

Функції сприяння включають стандартизацію продукції, фінансування, ризику та аналіз ринку.

Функції сприяння – це ті дії, які забезпечують процес обміну. Функції сприяння не є безпосередньою частиною ні обміну права власності, ні фізичного переміщення продукції.

6. Стандартизація пов'язана зі встановленням і підтримкою єдиних вимірювань якості або кількості продукції. Ця функція спрощує купівлю та продаж, а також знижує маркетингові витрати, дозволяючи покупцям точно вказувати, що вони хочуть, а постачальникам повідомляти, що вони можуть і бажають надати щодо кількості та якості продукту. За відсутності стандартних мір і ваги торгівля або стає дорожчою для здійснення, або взагалі неможливою.

Серед найбільш розповсюджених показників єдиних стандартів можна виділити економічні і технічні параметри. Так, ціна є більш значущим показником, для тих товарів, які схожі за сортом або класністю. Зіткнувшись із асортиментом сортованих продуктів, покупець може вибрати якість продукту, який він здатний і бажає придбати.

Різниця в якості сільськогосподарської продукції виникає з кількох причин. Відмінності в якості можуть бути пов'язані з методами виробництва або через якість використовуваних сировини і матеріалів. Так, від якості насіння, буде залежати якість вирощеної продукції. Агротехнічні заходи також суттєво впливають на показники якості сільськогосподарської продукції. Технологічні інновації також можуть призвести до відмінностей у якості. Крім того, оцінка покупцем якості товару часто є виразом особистих переваг. Для підприємства важливо розуміти, як покупець оцінює «якість» з позицій маркетингу.

7. Фінансування: майже в будь-якій виробничій системі існують неминучі затримки між інвестуванням у необхідну сировину (наприклад, обладнання, насіння, добрива, упаковку, запаси тощо) та отриманням платежу за продаж продукції. Протягом цих періодів будь-яка юридична особа чи установа повинні фінансувати інвестиції. Питання про те, звідки мають надходити фінансові інвестиції між виробництвом і споживанням, повинні вирішуватися фахівцями відділу маркетингу.

На сьогодні досить актуальною маркетинговою проблемою є зниження рівня доходів, та підвищення рівня інфляції, що призводить до низького рівня ефективного попиту багатьох видів продукції. Завдання маркетингу полягає в тому, щоб якось спрямувати наявний дохід на ефективний попит.

8. Ризик: як при виробництві, так і при збуті сільськогосподарської продукції завжди існує ризик понести збитки. Фізичні ризики включають знищення або псування продукту через пожежу, природно-

кліматичні умови, шкідників, повені, землетруси тощо. Ринкові ризики – це негативні зміни вартості продукту між процесами виробництва та споживання. Зміна споживчих смаків може знизити привабливість продукту і, отже, також є ризиком.

Ризик часто є мало зрозумілим аспектом маркетингу. Наприклад, при винесенні суджень щодо того, чи є певна ціна «справедливою ціною», звичайною точкою відліку є витрати виробника чи постачальника. Проте ризики майже не враховуються тими, хто виносить судження, і все ж, такі можуть бути випадки, коли той, хто приймає ризик, зазнає втрат.

Ризики слід визнати як витрати, оскільки невизначеним є не те, чи вони відбудуться, а коли вони відбудуться.

9. Ринкова розвідка: наскільки це можливо, маркетингові рішення повинні базуватися на надійній інформації. Процес збору, інтерпретації та розповсюдження інформації, що має відношення до маркетингових рішень, відомий як ринкова розвідка.

З огляду на постійні зміни в маркетинговому середовищі та складні взаємозв'язки між кожним із показників, які впливають на ефективність системи маркетингу, не завжди можна застосувати ту чи іншу систему показників для оцінювання ефективності системи маркетингу. На жаль, більшість досліджень у сфері маркетингової ефективності базуються на статистичних методах, які є атомістичними та статичними, тоді як через складність взаємодії між маркетинговими системами нам потрібно застосовувати методи, які є цілісними та динамічними.

Тому, відчувається нагальна потреба в зміні методів формулювання та аналізу ефективності маркетингової системи. Цей метод має бути зосереджений не лише на аналізі самої системи, але також має враховувати зв'язок між показниками. Найкращою методикою, яка була представлена на сьогодні для вирішення таких проблем, є системне мислення і, зокрема, методологія системної динаміки (SD).

Методологія SD надає інструменти для включення взаємодії між відповідними факторами маркетингової системи. SD використовує діаграми причинно-наслідкових зв'язків, щоб пояснити, як різні фактори можуть впливати на систему маркетингу та як вони взаємодіють один з одним. Також метод SD може моделювати поведінку системи в майбутньому і надавати цю можливість оцінити наслідки зміни одного або кількох факторів на систему в майбутньому. Використовуючи цю можливість SD, можна представити кілька сценаріїв для покращення системи маркетингу на підприємствах.

Ефективна система аграрного маркетингу повинна відповідати таким цілям:

- дати можливість фермерам як основним виробникам отримати найкращі можливі вигоди;
- сформулювати набір маркетингових інструментів для просування всієї продукції, яку фермери готові продати, за вигідними цінами;

- зменшити різницю цін між первинним виробником і кінцевим споживачем;
- зробити всі продукти фермерського походження доступними для споживачів за розумною ціною без погіршення якості продукції.

Виділимо основні переваги створення маркетингової системи на підприємстві:

1. Монетизація продукції: це допомагає фермерам отримати належну вартість своєї продукції.

2. Платформа сигналів попиту: маркетингові системи збалансовують попит і пропозицію.

3. Зростання ринку: сільське господарство переходить від стану дефіциту до стану надлишку. Агрологістичні технології постійно модернізуються, забезпечуючи сільськогосподарською продукцією ті регіони, де існує підвищений попит на сільськогосподарську продукцію. Ефективна та конкурентоспроможна маркетингова система адаптується відповідно до цієї трансформації сільського господарства в країні. Крім того, це може відкрити нові ринкові шляхи. Відкриття ринків повинно здійснюватися для сприяння конкуренції та довгострокового зростання.

4. Накопичення капіталу та інвестиції в технології: маркетинг веде до інвестицій у сучасну інфраструктуру ланцюга постачання та інформаційно-технологічні інструменти для збільшення виробництва або підвищення вартості продукту.

5. Ефективність маркетингу в мірі розширення ринкової системи для отримання більших потоків доходу та конкурентоспроможності. Ефективність ринкового каналу залежить від зменшення маркетингових витрат, впровадження технологій у сортуванні, пакуванні, транспортуванні, зберіганні, оптовій та роздрібній торгівлі тощо. Ефективна система маркетингу забезпечує аграріям належну участь у виробничому процесі та забезпечує ефективний збут. Ефективність системи маркетингу сільськогосподарського підприємства залежить від ситуації в цільових регіонах, споживача, асортименту продукції та технологій.

Мних О. Б., вважає, що «ефективність – це відношення результатів діяльності підприємства до витрат, що забезпечили цей результат» [7, с. 265]. В свою чергу, результативність – це відношення фактичних результатів до запланованих, що відображає ступінь досягнення підприємства поставлених цілей.

На нашу думку, поняття «ефективність», свідчить про певний позитивний економічний результат діяльності підприємства, а саме окупність вкладених коштів підприємства в виробництво тієї чи іншої продукції. Економічна ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств вимірюється такими показниками: окупністю витрат, сумою прибутку, рівнем рентабельності.

За умови ефективного управління системою маркетингу на сільськогосподарському підприємстві з використанням системного підходу можна здійснити реалізацію наступних завдань:

- своєчасне визначення існуючих потреб ринку;
- вибір найпривабливіших сегментів ринку, розробка стратегії для них;

- розробка необхідних маркетингових програм, що включатимуть комплекс всього маркетингового інструментарію;
- підтримка співвідношення між попитом та пропозицією.

Систему маркетингового управління аграрним підприємством можна представити як складну систему елементів (структурний аспект) і дій (функціональний аспект), за допомогою яких забезпечується збалансованість системи управління маркетинговою діяльністю [8, с. 43].

Також, слід зазначити, що ефективність системи маркетингу залежить від умінь менеджерів розробляти прибуткові стратегії на основі філософії, організації та інформаційних ресурсів. Зрештою, ефективність маркетингу залежить від здатності успішно впроваджувати маркетингові плани на різних рівнях організації.

Схематично це можна представити наступним чином (рис. 2).

Однією з переваг представленої моделі є те, що вона універсальна – модель може бути використана у будь-якій галузі та на будь-якому підприємстві. Важливою умовою використання даної моделі є існування маркетингового підрозділу на підприємстві. Сьогодні вже всі керівники підприємств, що наявність такого відділу є обов'язковою умовою конкурентоспроможного існування підприємства

Для удосконалення процесу управління системою маркетингу для аграрних підприємств нами запропоновано використання системного підходу – це, перш за все, розуміння того, що весь об'єкт, який розглядається, являє собою систему, складену з частин, кожна з яких має свої власні інтереси. Тому досягнення загальної мети можливе лише тоді, коли розглядати систему маркетингу на підприємстві як єдину систему, але яка, в свою чергу складається окремих елементів, які взаємодіють один з одним.

Згідно із системним підходом, основними частинами системи маркетингу є вхід, процес або операція й вихід. На вході в систему поступає інформація зовні, тобто із бізнес-середовища, з якою пов'язане підприємство. У другій частині системи – операції, процеси – бізнес-система, тобто підприємство, яке являє собою управляючу підсистему, аналізує інформацію, що надійшла зовні, формує на основі неї складає бізнес-плани та розробляє бізнес-стратегії, що направляються в відділ маркетингу. В даному випадку відділ маркетингу виступає як координуюча підсистема, в якій отримані бізнес-цілі та бізнес-стратегії аналізуються та формуються в методи впливу.

Таким чином, згідно з системним підходом, який базується на тому, що на виході повинен бути результат діяльності підприємства, ми маємо на виході в якості результату діяльності методи впливу, направлені на споживачів – керовану підсистему. Після впливу на споживача ми маємо отримувати від керованої підсистеми бізнес-результат, який аналізується, робиться оцінка ефективності цього впливу та формуються управлінські рішення.

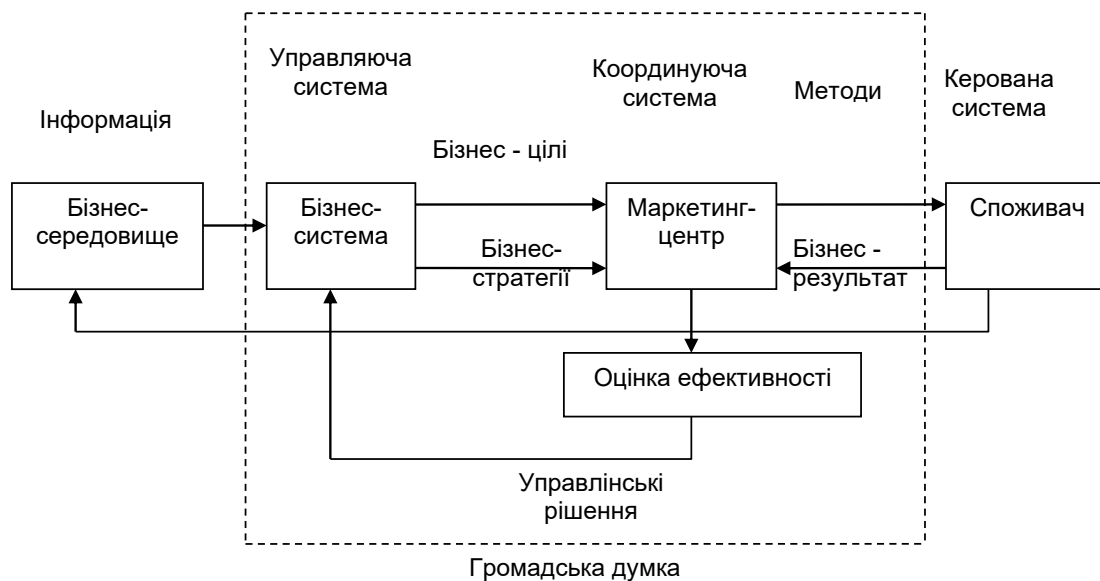


Рис. 2. Модель управління системою маркетингу в аграрному підприємстві

Джерело: сформовано авторами

Висновки. З наведеного вище можна зробити наступні висновки.

Маркетингову систему можна представити як комплекс взаємопов'язаних складових частин або підсистем, які мають визначену спільну мету. Система маркетингу аграрного підприємства повинна включати всі функції та виконавців, які виконують певні дії, які необхідні для прибуткового використання можливостей на ринку. Маркетингова система включає функції маркетингу (купівля та продаж, зберігання, транспортування та обробка, а також стандартизація, фінансування, ризики та ринкова розвідка), а також ті організації, які їх виконують. Маркетингові системи мають щонайменше чотири підсистеми: виробництво, розподіл, споживання та регулювання. Ці підсистеми часто мають суперечливі інтереси, які необхідно вирішити, якщо система в цілому хоче бути ефективною та результативною. Як єдиного підходу, так і загальної методології оцінювання ефективності системи маркетингу підприємства немає, але науковці пропонують використовувати різні показники та критерії оцінювання, які дозволяють проаналізувати всебічні напрями діяльності підприємства.

Для оцінювання ефективності системи маркетингу на підприємстві ми пропонуємо використовувати методологію системної динаміки. По-перше, маркетингову ефективність слід вивчати в довгостроковій перспективі. По-друге, на ефективність системи маркетингу впливає багато факторів із динамічними характеристиками та функціями зворотного зв'язку. Системна динаміка застосовує цикли зворотного зв'язку для динамічного дослідження проблем, які можуть компенсувати дефекти статичних моделей, які можуть закінчитися локальною, а не глобальною оптимізацією.

Для удосконалення процесу управління системою маркетингу запропоновано використання

системного підходу, який полягає в тому, що досягнення загальної мети можливе лише тоді, коли розглядати управління системою маркетингу як єдину систему, але яка, в свою чергу складається окремих елементів, які взаємодіють один з одним.

При формуванні системи маркетингу, підприємство повинно використовувати комплексний підхід, який передбачає вивчення контролюючих і не контролюючих факторів, які впливають на рівень його конкурентоспроможності, а також аналіз сильних та слабких сторін.

За умови ефективного управління системою маркетингу на підприємстві з використанням системного підходу можна досягти наступних цілей: своєчасне визначення існуючих потреб ринку; вибір найпривабливіших сегментів ринку; розробка необхідних маркетингових програм, що включатимуть весь арсенал маркетингового інструментарію; підтримка балансу між попитом та пропозицією. Усі перераховані цілі є дуже важливими для підприємства і можуть забезпечити йому ефективну діяльність, фінансову стабільність та максимальні прибутки.

Бібліографічний список:

1. Лагодієнко В. В. Маркетингові технології розвитку підприємств у агропродовольчій сектор. *Глобальні та національні економічні проблеми*. 2016. № 8. С. 1259–1262.
2. Карпенко А. В. Оцінка системи управління маркетингом на підприємстві. *Держава та регіони*. 2007. № 1. С. 135–138.
3. Примак Т. О. Маркетинг: Навч. посібник. Київ : МАУП, 2004. 228 с.
4. Павленко А. Ф., Решетнікова І. Л., Войчак А. В. Маркетинг: підручник за наук. ред. А. Ф. Павленка. Київ : КНЕУ, 2008. 600 с.
5. Багорка М. О., Юрченко Н. І. Формування комплексної системи маркетингу на підприємстві. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія «Економіка і управління»*. 2020. Том. 31 (70). № 1. С. 102–108.

6. Kotler P. (1988), *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation And Control*, Prentice-Hall, New Jersey, p.16.
7. Мних О. Б. Експортна стратегія і тренди розвитку маркетингової діяльності підприємств в умовах відкритої економіки України. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика*. 2018. № 892. С. 262–271.
8. Багорка М. О., Кадирус І. Г. Упровадження маркетингової концепції управління в практичну діяльність аграрних підприємств. *Науково-виробничий журнал «Держава та регіони». Серія «Економіка та підприємництво»*. 2021. № 1 (118). С. 42–47.
4. Pavlenko A. F., Reshetnikova I. L. & Voichak A. V. (2008). *Marketing: pidruchnyk za nauk. red. A. F. Pavlenka* [Marketing: a textbook for science. ed. A. F. Pavlenka] Kyiv : KNEU, 600 p.
5. Bagorka M. O. & Yurchenko N. I. (2020). Formuvannya kompleksnoyi systemy` marketyngu na pidpry'emstvi [Formation of a comprehensive marketing system at the enterprise]. *Scientific notes of Tavriya National University. VI Vernadsky. Economics and Management Series*, vol. 31(70), № 1, pp. 102–108.
6. Kotler, P. (1988), *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation And Control*, Prentice-Hall, New Jersey, p.16.
7. Mnykh O. B. Eksportna stratehiia i trendy rozvytku marketinghovoї diialnosti pidpryiemstv v umovakh vidkrytoi ekonomiky Ukrainy [Export strategy and trends in the development of marketing activities of enterprises in the conditions of the open economy of Ukraine]. *Bulletin of the Lviv Polytechnic National University. Logistics*, № 892, pp. 262–271.
8. Bahorka M. O. & Kadyrus I. H. (2021). Uprovadzhennia marketinghovoї kontseptsii upravlinnia v praktychnu diialnist ahrarnykh pidpryiemstv [Implementation of the marketing concept of management in the practical activity of agrarian enterprises]. *Scientific and industrial journal "State and Regions". Series "Economy and Entrepreneurship"*, № 1(118), pp. 42–47.

References:

1. Lahodiienko V. V. (2016). Marketinghovi tekhnolohii rozvytku pidpryiemstv u ahroprodoovolchyi sektori [Marketing technologies for the development of enterprises in the agro-food sector]. *Global and national economic problems*, № 8, pp. 1259–1262.
2. Karpenko A. V. (2007). Evaluation of the enterprise marketing management system [Evaluation of the enterprise marketing management system]. *State and regions. Series: Economics and Entrepreneurship*, № 1, pp. 135–136.
3. Prymak T. O. (2004). *Marketing: navch. posibnyk* [Marketing: education. manual]. Kyiv : MAUP, 228 p.

Батюк Р.Б.

аспірант кафедри менеджменту
Львівського національного університету
ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0436-2418>

Batyuk Roman

Postgraduate Student at the Department of Management
Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies of Lviv

ОЦІНКА ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

ASSESSMENT OF FACTORS INFLUENCING THE DEVELOPMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

При визначенні впливу факторів на розвиток зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств доцільно використовувати індексний метод, який є одним із основних методів статистичного аналізу. Серед розрахованих показників факторного аналізу ефективності експорту найбільш значущим виявився індекс контрактних цін, а найменш значущими – індекс фізичного обсягу, тобто на ефективність зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств найбільше впливає вартість експортованої продукції, а не її обсяги. Експерти з числа керівників аграрних підприємств Львівщини, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, визначили, що політична ситуація в країні та її стабільність, рівень конкурентоспроможності вітчизняного товару й складність процедури ЗЕД, як найбільш вагомі фактори, які впливають на розвиток ЗЕД. Доведено, що отриманим результатам щодо оцінки факторів, які впливають на зовнішньоекономічну діяльність аграрних підприємств Львівщини, по ступеню їхньої значимості можна довіряти й використати їх у подальших дослідженнях.

Ключові слова: аграрні підприємства, зовнішньоекономічна діяльність, фактори.

In determining the influence of factors on the development of foreign economic activity of agricultural enterprises, the index method, which is one of the main methods of statistical analysis, is used. It has been established that the largest share in the commodity structure is occupied by: cereals, oilseeds, vegetable oil, meat and meat products, and milk and dairy products. Therefore, it is advisable to use these products for factor analysis of foreign economic activity of agricultural enterprises. The article examines changes in the value, physical volume, and commodity structure of agricultural exports and calculates the absolute change in exports, the growth rate and the growth rate of exports, and its commodity structure. Among the calculated indicators of the factor analysis of export efficiency, the most significant was the contract price index, and the least significant was the physical volume index, i.e., the efficiency of foreign economic activity of agricultural enterprises is most affected by the cost of exported products, not their volume. Most of the interviewed experts from among the managers of agricultural enterprises in Lviv region engaged in foreign economic activity identified the factors that determine the political situation in the country and its stability, the level of competitiveness of domestic goods and the complexity of the foreign economic activity procedure as the most important factors affecting the success of the implementation of foreign economic activity of agricultural enterprises in general. It is proved that the results obtained in assessing the factors influencing the foreign economic activity of agrarian enterprises in Lviv region, in terms of their significance, can be trusted and used in further research. The standard deviation for the mean values presented in the analysis is 15.4% of the mean value. Thus, expert estimates vary on average by 14-15%, which proves a high level of consistency in the opinions of the surveyed experts. This, in turn, confirms the statistical significance of the study and the fact that the weighting factors obtained as a result of further calculations can be used in practice.

Keywords: agricultural enterprises, foreign economic activity, factors.

Постановка проблеми. Всі явища та процеси господарської діяльності так чи інакше взаємозалежні, причому кожному подію можна розглядати як причину і як слідство. Кожен результативний по-

казник залежить від численних і різноманітних факторів, що у його формуванні. При проведенні аналізу зовнішньоекономічної діяльності зазвичай існує проблема виявлення взаємозв'язку між

досліджуваними статистичними показниками та факторами, що впливають на них.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Сьогодні важливою є проблема науково-економічного обґрунтування факторів та їх оцінки, які впливають на розвиток зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств, які сприятимуть у вирішенні конкретних питань їх ефективної діяльності на зовнішніх ринках.

Проблеми удосконалення зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств знайшли відображення в наукових працях вітчизняних науковців: Андрійчук В. Г. [1], Гадзало Я. М. [2], Доцюк, С. [3], Кубів С. І. [5], Лузан Ю. Я. [2], Наконечна К. В. [7], Федюк В. В. [5], Хаецька О. П. [5] та інші.

В той же час, не зважаючи на певну кількість наукових досліджень та публікацій, все ж відсутні чітко побудовані складові механізму факторного аналізу зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств, який на нашу думку в даному випадку є однією з головних та дієвих, поза увагою науковців залишилися вибір факторів, які безпосередньо впливають на зовнішньоекономічну діяльність підприємств АПК.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретичних підходів до визначення та оцінювання факторів, які характеризують розвиток зовнішньоекономічної діяльності під час вирішення конкретних проблем та їх аналіз з метою досягнення ефективних результатів при реалізації вітчизняними аграрними підприємства продукції на міжнародних ринках.

Виклад основного матеріалу. Для розгляду ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств використаємо метод факторного аналізу експортних операцій. Під факторним аналізом розуміється методика комплексного системного вивчення та вимірювання взаємодії факторів на величину результативних показників.

Необхідність проведення аналізу факторів перед вибором показників з оцінювання зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств обґрунтовано також через те, що під час реалізації перспективного аналізування зовнішньоекономічних операцій необхідним є застосування моделей залежності результуючого параметра (вибраного для оцінювання ЗЕД показника) від факторів, які впливають на ефективність реалізації експортно-імпортних операцій. Якщо вибрано показники, прогнозування яких можливе на основі застосування математичних залежностей від динаміки стану чинників ефективності зовнішньоекономічної діяльності, то це дає змогу використовувати вибрані показники під час прогнозування ЗЕД аграрного підприємства у майбутньому з високим рівнем точності [4, с. 58].

Для визначення впливу факторів використовуємо також індексний метод, який є одним із основних методів статистичного аналізу. Індекс – це відносний показник, що характеризує відношення у часі (індекс динаміки) або у просторі (тери-

торіальний індекс) соціально-економічних явищ. Практичні завдання індексного методу в основному зводяться до оцінки змін у часі або до порівняльного структурного аналізу.

При аналізі зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств ми розглянули частку окремих видів продукції у загальній структурі експорту. Було виявлено, що найбільша питома вага в товарній структурі мають: зернові культури, олійні культури, рослинна олія, м'ясо та м'ясопродукти й молоко та молокопродукти.

Таким чином, для факторного аналізу зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств доцільно використовувати ці продукти.

Для аналізу динаміки зовнішньоекономічної діяльності встановимо зміни у вартості, фізичному обсязі, товарній структурі його експорту. Для цього розрахуємо абсолютну зміну експорту, темп зростання та темп приросту експорту, його товарну структуру.

Потім здійснимо аналіз зміни експортної виручки під впливом трьох факторів – фізичного обсягу експорту, контрактних цін та офіційного курсу НБУ до іноземної валюти. Взаємозв'язок факторів виражається формулою:

$$B = \sum_{i=1}^m Q_i \cdot P_i \cdot K_i, \quad (1)$$

де n – номенклатура (число) товарів, що експортуються;

Q_i – фізичний обсяг експорту;

P_i – контрактна вартість;

K_i – офіційний курс іноземної валюти до гривні.

Вплив факторів можна визначити індексним методом. Методика досліджень представлена в табл. 1.

Завдання аналізування факторів передбачає не лише пошук тих чинників, вплив яких варто враховувати на основі поширених у науковій літературі методів: експертного опитування, кластеризації, кореляції, регресії, факторного аналізу тощо. Необхідним є також формування підґрунтя для отримання якісного прогнозу з урахуванням динаміки факторів, для котрих спостерігається високий рівень кореляції з вибраними індикаторами. Тому процес вибору показників оцінювання зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств має спиратися на врахування можливості здійснення якісного прогностичного аналізу перспективної динаміки вибраних показників [4, с. 58].

У табл. 2 виконано розрахунок індексів фізичного обсягу, контрактних цін та курсу іноземної валюти. Вплив кожного з факторів у вартісному вираженні розраховується як різниця чисельника та знаменника у відповідних формулах розрахунку індексу.

Аналізування факторів, які впливають на успішність реалізації зовнішньоекономічної діяльності, дає змогу деталізувати особливості розрахунку показників для її моніторингу та визначити джерела інформації, які найбільш повно характеризують визначені на попередніх етапах напрями оцінювання ЗЕД аграрних підприємств. Визначен-

Методика розрахунку показників

Показник	Формула розрахунку
Середня контрактна вартість одиницю, грн. (P)	$P = B : Q$
Середня виробнича собівартість одиниці проданої продукції, руб. (C)	$C = \text{Спродаж} : Q$
Повна собівартість експортної продукції, тис. руб. (З)	$З = \text{Спродаж} + З_{\text{ком}}$
Питома вага комерційних витрат (d)	$d = З_{\text{ком}} : \text{Спродаж}$
Ефективність експорту, % (E)	$З = B : З \cdot 100 \%$
Індекс ефективності експорту, I ^E	$I^E = \frac{З_1}{З_0}$
Індекс фізичного обсягу, I ^Q	$I^Q = \frac{Q_1 P_0 : (Q_1 C_0 + Q_1 C_0 d_0)}{Q_0 P_0 : (Q_0 C_0 + Q_0 C_0 d_0)}$
Індекс контрактних цін, I ^P	$I^P = \frac{Q_1 P_1 : (Q_1 C_0 + Q_1 C_0 d_0)}{Q_1 P_0 : (Q_1 C_0 + Q_1 C_0 d_0)}$
Індекс собівартості продажів, I ^C	$I^C = \frac{Q_1 P_1 : (Q_1 C_0 + Q_1 C_0 d_0)}{Q_1 P_1 : (Q_1 C_1 + Q_1 C_1 d_0)}$
Індекс рівня комерційних витрат, I ^d	$I^d = \frac{Q_1 P_1 : (Q_1 C_1 + Q_1 C_1 d_0)}{Q_1 P_1 : (Q_1 C_1 + Q_1 C_1 d_1)}$
Зміна ефективності експорту – всього, % в т.ч. за рахунок зміни факторів, %	$\Delta Z = \Delta Z (Q) + \Delta Z (P) + \Delta Z (C) + \Delta Z (d)$

Джерело: власні дослідження

Таблиця 2

Факторний аналіз ефективності експорту ТОП-5 аграрної продукції індексним методом

Показник	Формула розрахунку	Зернові культури		Олійні культури		Рослинна олія		М'ясо та м'ясо-продукти		Молоко та молоко-продукти	
		2020 р.	2021 р.	2020 р.	2021 р.	2020 р.	2021 р.	2020 р.	2021 р.	2020 р.	2021 р.
Обсяг продукції, відвантаженої на експорт, тис. тонн (Q)		51313,2	50796,6	4396,8	3900,1	7301,3	5549,8	466,6	497,1	96,2	82,9
Середній курс іноземної валюти, 1 дол./грн. (K)		26,96	27,29	26,96	27,29	26,96	27,29	26,96	27,29	26,96	27,29
Експортна виручка, млн. дол. США (B)		9416,9	12343,8	1798,7	2393,1	5676,0	6924,6	652,2	845,6	171,9	178,2
Середня ціна за тону, дол. США (P)		184	243	409	614	777	1247	1396	1702	1792	2145
Індекс фізичного обсягу, I ^Q	$\frac{Q_1 P_0 K_0}{Q_0 P_0 K_0}$	0,989		0,887		0,760		1,066		0,854	
Індекс контрактних цін, I ^P	$\frac{Q_1 P_1 K_0}{Q_1 P_0 K_0}$	1,321		1,501		1,605		1,219		1,197	
Індекс курсу іноземної валюти, I ^K	$\frac{Q_1 P_1 K_1}{Q_1 P_1 K_0}$	1,035		1,035		1,035		1,035		1,035	
Індекс зміни експорту, I ^B	$\frac{Q_1 P_1 K_1}{Q_0 P_0 K_0}$	1,352		1,378		1,262		1,345		1,058	
Зміна експорту за рахунок зміни факторів, %		+31,1		+33,0		+22,0		+29,6		+3,6	

Джерело: власні дослідження

ня сили та напряму впливу певного переліку досліджуваних факторів дає змогу дослідити характер математичних залежностей представлення індикаторів для відстеження їх динаміки [4, с. 58].

Серед розрахованих показників факторного аналізу ефективності експорту найбільш значущим виявився індекс контрактних цін, а найменш значущими – індекс фізичного обсягу, тобто на ефективність зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств найбільше впливає вартість експортованої продукції, а не її обсяги. Ці тенденції яскраво проявилися впродовж 2020 та 2021 років. Адже у 2021 році при зменшенні фізичних обсягів експорту аграрної продукції надходження від її реалізації на 24,8% більше, ніж у 2020 році.

Постійне коливання курсу національної валюти призводить до недоотримання прибутку машинобудівними підприємствами, які здійснюють ЗЕД. В той час, як недостатнє державне фінансове стимулювання інноваційного розвитку підприємств зменшує їх шанси бути конкурентоспроможними на зарубіжному ринку.

Встановимо залежність між обсягом експорту аграрної продукції та наступних факторів: державної підтримки інноваційної діяльності аграрних підприємств та коливанням курсу національної валюти засобами MS Excel, шляхом побудови рівняння лінійної регресії та степеневі форми моделі Кобба-Дугласа. Вихідні дані наведені в табл. 3.

Для побудови моделі ідентифікуємо змінні моделі:

Y – залежна змінна, прибуток, млн. грн.;

x_1 – незалежна змінна, фінансування інноваційної діяльності аграрних підприємств за рахунок державного бюджету, млн. грн.;

x_2 – незалежна змінна, офіційний курс національної валюти, встановлений Національним банком України, грн./дол. США.

Специфікуємо модель у лінійній формі:

$$Y = a_0 + a_1 x_1 + a_2 x_2, \quad (2)$$

у степеневій формі:

$$Y = a_0 x_1^{a_1} * x_2^{a_2}, \quad (3)$$

Скористаємося засобами MS Excel для побудови рівняння лінійної регресії, зокрема провести регресійний аналіз. Отримані результати заносимо в табл. 4.

Відповідно до значення показників табл. 4 можемо зробити висновок, що фактори x_1 та x_2 не є мультиколінеарними, оскільки коефіцієнт кореляції є статистично незначущим, тобто $t_{маб} > t_{сп.а_1}$; $t_{маб} > t_{сп.а_2}$. Крім того, фактичне значення Фішера ($F_{сп}$) є меншим за табличне значення Фішера ($F_{маб}$). Звідси висновок: рівняння лінійної регресії: $Y = 268,23 + 0,66x_1 + 12645,74x_2$ не є адекватним тому для подальшого дослідження побудуємо ступеневу модель Кобба-Дугласа. Для цього проведемо лінеаризацію вихідних даних (табл. 5).

Скориставшись засобами MS Excel, степенева модель Кобба-Дугласа має вигляд:

$$\hat{Y} = 1,28x_1^{0,08} x_2^{8,37}. \quad (4)$$

Регресійний аналіз показав, що параметри \hat{a}_0 і \hat{a}_1 є незначущими (при рівні значущості $\alpha = 0,05$, $t_{маб} = 2,23$. ($2,26 > 1,92$) та $2,26 > 0,85$, а коефіцієнт a_2 значущий, оскільки $2,26 < 7,75$).

За вихідними даними усі параметри лінійної моделі є незначущими. Проте, модель у лінійній формі і модель у степеневій формі мають різний економічний зміст оцінок параметрів. Так, у лінійній моделі оцінки параметрів характеризують граничний приріст обсягу експорту аграрної продукції від граничного приросту кожного ресурсу на одиницю (коли решта сталі) і в тих одиницях, в яких вони подаються у вихідній інформації. В степеневій моделі оцінки параметрів $\hat{a}_0, \hat{a}_1, \hat{a}_2$ характеризують кількісний зв'язок між обсягом експорту аграрної продукції та відповідно кожним фактором у відносному (відсотковому) виразі. Коли фінансування інноваційної діяльності аграрних підпри-

Таблиця 3

Вихідні дані для аналізу залежності обсягу аграрної продукції від державної підтримки інноваційної діяльності та коливання курсу національної валюти

Рік	Фінансування інноваційної діяльності аграрних підприємств за рахунок державного бюджету, млн. грн.	Офіційний курс національної валюти, встановлений Національним банком України, грн./дол.США	Обсяг експорту аграрної продукції, млн. дол США.
2011	13023,6	7,97	12 804
2012	12293,6	7,99	17 906
2013	7308,1	7,99	17 040
2014	4615,1	11,89	16 670
2015	3092,5	21,84	14 478
2016	1097,3	25,55	15 250
2017	8485,7	26,6	17 739
2018	9994,8	27,2	18 594
2019	7885,8	25,85	22 123
2020	4000,0	26,96	22 161
2021	3968,0	27,7	27 687

Джерело: розраховано за даними [4]

Таблиця 4

Основні показники регресійного рівняння $Y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2$

Показник	Значення
<i>Загальні показники</i>	
Парний коефіцієнт кореляції $r_{x_1x_2}$	-0,49
Спостережуване значення критерію Стьюдента (tспост.)	-0,53
Табличне значення критерію Стьюдента (tкр.) із врахуванням рівнязначущості $\alpha = 0,05$ та числа ступенів вільності $n-2 = 9$	2,26
Спостережуване значення критерію Стьюдента (t_{a_0})	1,63
Спостережуване значення критерію Стьюдента (t_{a_1})	0,17
Спостережуване значення критерію Стьюдента (t_{a_2})	2,44
Табличне значення критерію Стьюдента при рівні значущості $\alpha = 0,05$ та числі ступенів вільності $k = 2$	4,43
Спостережуване значення критерію Фішера	1,57
Табличне значення критерію Фішера ($t_{табл}$) при рівні значущості $\alpha = 0,05$	19,37

Джерело: власні дослідження

Таблиця 5

Перетворення вихідних даних для степеневі моделі

Y	X1	X2	LnY	LnX1	LnX2
12804	13023,6	7,97	9,457513	9,4745184	2,075684493
17906	12293,6	7,99	9,792891	9,4168341	2,07819076
17040	7308,1	7,99	9,743319	8,8967386	2,07819076
16670	4615,1	11,89	9,721366	8,4370888	2,475697711
14478	3092,5	21,84	9,580386	8,0367351	3,083743151
15250	1097,3	25,55	9,632335	7,0006079	3,240637317
17739	8485,7	26,6	9,783521	9,0461377	3,280911216
18594	9994,8	27,2	9,830594	9,2098202	3,303216973
22123	7885,8	25,85	10,00437	8,972819	3,252310601
22161	4000	26,96	10,00609	8,2940496	3,294354286
27687	3968	27,7	10,22872	8,2860175	3,321432413

Джерело: власні дослідження

емств за рахунок державного бюджету зростає на 1%, то обсяг експорту аграрної продукції зростає на 0,25% ($\hat{a}_1 = 0,25$); якщо офіційний курс валюти зростає на 1%, а інші фактори будуть сталими, то обсяг експорту аграрної продукції зростає на 8,37% ($\hat{a}_2 = 8,37$).

Отже, під час оцінок параметрів регресії $\hat{a}_0, \hat{a}_1, \hat{a}_2$ є їх значимість, яка здійснюється за допомогою t-критерію Стьюдента. Степенева модель, на відміну від лінійної містить значимий фактор, який може впливати на результат обсягу експорту аграрної продукції. Крім того вище згадана модель має вищий показник адекватності за F-критерієм Фішера тобто $1,57 < 1,83$.

Таким чином, степенева модель Кобба-Дугласа $\hat{Y} = 1,28x_1^{0,08}x_2^{8,37}$ є прийнятною для подальшого застосування.

Оскільки більшість із досліджуваних факторів не можливо систематизувати у єдиній системі вимірювання, через їх відносність та несистематичність інформації, неможливим є використання кореляційно-регресійного аналізу та інших статистичних

методів. Тому для визначення вагомості досліджуваних чинників необхідним є використання методу експертних оцінок. Його реалізації розпочинається із вибору експертів, які є відомими фахівцями у тематиці досліджуваного питання [5, с. 26].

Спочатку із усіх аграрних підприємств Львівської області було виявлено 260 потенційних респондентів, проте, після обробки персональних даних виявилось, що висунутих критеріям відповідають лише 24 особи. При похибці на рівні 0,15 та довірчій імовірності 0,95, кількість респондентів, яких доцільно опитати, розраховано так:

$$k = \frac{w(1-w)}{E_w^2} t^2 = \frac{24}{0,15^2} (1-0,0923) 2^2 = 14,89 \approx 15, \quad (5)$$

де k – чисельність респондентів;

w – частка респондентів, обраних за визначеними критеріями;

t – критерій Стьюдента за обраного рівня інтервалу довіри;

E_w^2 – середня гранична помилка частки.

Щоб виділити найбільш значимі і відсіяти неістотні фактори, які впливають на зовнішньоеконо-

мічну діяльність аграрних підприємств, нами проведено апріорне ранжування факторів, для якого базою стали 15 аграрних підприємств Львівської області з вибірки, керівники та начальники структурних підрозділів яких виступили в ролі експертів нашого дослідження (табл. 6).

Експертам було запропоновано проаналізувати 16 факторів (8 внутрішнього та 8 зовнішнього середовища), які мають той чи інший вплив на здійснення зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств Львівщини, за ступенем значимості і розташувати їх в порядку важливості від 1 до 10 (табл. 7).

На основі аналізу табл. 8, можемо відзначити, що більшість опитаних нами експертів тяжіють до того, щоб виділити фактори, які зумовлюють політичну ситуація в країні та її стабільність, рівень конкурентоспроможності вітчизняного товару й складність процедури ЗЕД, як найбільш вагомими факторами, що впливають на успішність реалізації зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств.

лізації зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств.

Для оцінки ступеня узгодженості думок опитаних експертів розраховуємо коефіцієнт конкордації за формулою:

$$X_{\text{роз}}^2 = \frac{S}{\frac{1}{12} \cdot m \cdot n \cdot (n-1) - \frac{1}{n-1} \cdot \sum_{i=1}^m T_i}, \quad (6)$$

де T_i – величина, яка враховує кількість типів зв'язаних рангів у рядку;

m – кількість аналізованих об'єктів;

n – кількість експертів;

S – сума квадратів відхилень сум рангів по кожному фактору від середньої суми рангів по всіх факторах та експертах.

Коефіцієнт конкордації проведеної залежності наближається до одиниці і склав величину рівну 0,94, що говорить про те, що думки експертів збігаються.

Таблиця 6

Аграрні підприємства Львівщини, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність

	Назва підприємства	Продукція	Країна імпортер
1	ТзОВ «Агро Радехів»	Органічна олія	Австрія, Німеччина, Італія, Польща, Південна Корея
2	ТзОВ «Вест Бері»	Заморожені ягоди, гриби	Франція, Австрія, Польща, Італія, Німеччина, Латвія, Литва
3	ВК «Як Бджола»	Органічні ягоди	Країни ЄС
4	ТОВ «Галичина»	Молокопродукти	Молдова, Азербайджан
5	ТзОВ «Галіція-Трейд»	Натуральні соки	Країни ЄС, Саудівська Аравія, США, Канада.
6	ФГ «Арін Арден»	Яблука	Країни ЄС
7	ТзОВ «Західна Аграрна Компанія»	М'ясопродукти курчат бройлерів	Молдова, Грузія, Ірак, Іран, Гана, Бенін, Єгипет, Малайзія, В'єтнам
8	ПП «Західний Буг»	Зернові культури	Саудівська Аравія, Єгипет, Туреччина
9	ТзОВ «Західний Торгівельний Ресурс»	М'ясо курчат бройлерів	В'єтнам, Ірак, країни Близького Сходу
10	ГК «Кушпіт-Агро»	Зернові культури	Бельгія, Мальта, Польща, Нідерланди, Туреччина
11	ТМ «Молочне Диво»	Молокопродукти	Китай, Ангола, ОАЕ
12	ФГ «Улар»	М'ясопродукти курчат бройлерів	Вірменія, Ірак, Малайзія, Єгипет, Гана, Габон, Йорданія, Киргизстан
13	ТОВ «Шалена Бджілка»	Продукти бджільництва	Країни ЄС, США, країни Близького Сходу, Ізраїль
14	ТМ «Хутір Диканька»	Молокопродукти	Китай, Ангола, ОАЕ.
15	ТМ «Равлик Мрій»	Равлики	Країни ЄС

Джерело: побудовано за даними [4]

Таблиця 7

Фактори впливу на зовнішньоекономічну діяльність аграрних підприємств Львівщини

Зовнішні		Внутрішні	
X_1	збройна агресія росії проти України	X_9	рентабельність
X_2	політична ситуація в країні та її стабільність	X_{10}	структура активів
X_3	складність процедури ЗЕД	X_{11}	номенклатура продукції
X_4	рівень конкурентоспроможності вітчизняного товару	X_{12}	рівень іновативності виробництва
X_5	логістика	X_{13}	обсяги ЗЕД
X_6	рівень тарифів на енергоносії та ПММ	X_{14}	рівень централізації управління
X_7	податкове навантаження	X_{15}	розмір підприємства
X_8	часта зміна законодавства	X_{16}	тип продукту

Джерело: власні дослідження

Для того, щоб пересвідчитися, що отриманий коефіцієнт конкордації, який характеризує середній ступінь погодженості думок експертів, є величиною не випадковою й ми можемо довіряти отриманим результатам, перевіримо його значущість. Необхідність такої оцінки можна пояснити тим, що ми користуємося вибірковими даними (залучаються не всі фахівці, тому отриманий результат може бути випадковим).

Для оцінки значимості коефіцієнта конкордації скористаємося критерієм згоди 2 x (критерій Пірсона), що обчислюється за формулою:

$$\begin{aligned}
 \chi^2_{\text{роз}} &= \frac{S}{\frac{1}{12} \cdot m \cdot n \cdot (n-1) - \frac{1}{n-1} \cdot \sum_{i=1}^m T_i} = \\
 &= \frac{74770}{\frac{1}{12} \cdot 15 \cdot 16 \cdot 15 - \frac{1}{15} \cdot 16} = 250,07 \quad (7)
 \end{aligned}$$

Розрахункове значення порівнюється з табличним.

В нашому випадку при числі ступенів вільності $n - 1 = 16 - 1 = 15$ і рівні значущості $\alpha = 0,05$, $\chi^2_{\text{табл}} = 76,3$.

$$\chi^2_{\text{роз}} = 250,07 > \chi^2_{\text{табл}} = 76,3.$$

Отже, гіпотезу про випадковість думок опитаних експертів відхиляємо. Таким чином, можна стверджувати, що отриманим результатам щодо оцінки факторів, які впливають на зовнішньоекономічну діяльність аграрних підприємств Львівщини, по ступеню їхньої значимості можна довіряти й використати їх у подальших дослідженнях.

Наступним етапом аналізу результатів експертного опитування є дослідження відносних значень оцінок факторів.

Їх розрахунок здійснюється по опитаних експертах і базується на обчисленнях для кожного фактору та експерта відносно оцінку вагомості на основі ділення фактичного бального значення на суму усіх бальних значень для певного фактору. Результати розрахунків приведено у табл. 9.

На основі табл. 9 можливим є дослідити частку вагомості впливу окремих факторів на основ агрегування думок усіх опитаних експертів. Проте для формування однозначних висновків необхідним є дослідження середніх арифметичних вагомості досліджуваних факторів по кожному із експертів. Якщо розбіжності у відносних оцінках факторів для різних експертів незначні, то є підстави вважати, що всі думки опитаних фахівців є узгодженні при аналізі перелічених вище факторів.

Середньоквадратичне відхилення для середніх значень, представлених в аналізі становить 15,4% від середнього значення. Таким чином, оцінки по експертах в середньому змінюють на 14–15%, що доводить про високий рівень узгодженості думок опитаних експертів. А це, у свою чергу, підтверджує статистичну значущість проведеного дослідження та те, що отримані в результаті подальших розрахунків коефіцієнти вагомості можна буде використовувати на практиці.

Висновки. Отже, в умовах ринкової економіки роль аналізу факторів, впливають на ефективність зовнішньоекономічної діяльності зростає у зв'язку з тим, що керівник не просто організує виконання планових завдань, а справді керує колективом,

Таблиця 8

Вагомості досліджуваних факторів, виставлених експертами

	Фактори															
	Зовнішні								Внутрішні							
	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	X ₁₆
1	8	5	9	8	7	9	7	4	7	5	8	7	10	2	6	6
2	9	7	8	8	6	10	5	3	6	5	8	8	9	1	5	7
3	7	8	10	9	7	9	5	4	8	4	7	7	10	1	5	5
4	9	5	9	8	9	10	6	3	6	4	9	8	9	2	5	6
5	7	6	8	9	7	9	6	3	8	6	7	6	9	3	6	5
6	9	7	9	10	9	8	5	2	7	5	9	6	9	1	4	4
7	8	7	10	9	8	9	5	3	6	5	8	8	10	2	5	7
8	7	8	8	8	9	10	6	3	7	4	8	7	8	3	6	6
9	9	9	9	10	7	9	5	4	8	4	7	7	10	2	5	7
10	7	8	9	9	9	8	5	3	6	6	9	8	10	1	5	5
11	8	7	6	8	8	9	5	3	7	4	8	7	9	1	6	7
12	9	7	8	9	7	10	6	4	7	5	7	6	8	2	5	5
13	7	7	10	8	9	8	5	3	8	6	9	7	9	3	6	6
14	8	6	9	10	8	9	5	3	7	5	9	7	9	2	5	7
15	7	6	8	9	7	9	5	3	7	5	7	7	10	3	6	4
Разом	119	103	130	132	117	136	86	48	121	73	111	106	149	27	80	87
Ранг	6	10	4	3	7	2	12	15	5	14	8	9	1	16	13	11
$S_j = \sum_{i=1}^n X_{ij}$	1849	3481	1024	900	2025	657	5776	12996	1681	7921	2601	3136	169	18225	6724	5625

Джерело: власні дослідження

Матриця відносних оцінок факторів

	Фактори															
	Зовнішні								Внутрішні							
	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	X ₁₆
1	0,067	0,048	0,088	0,089	0,035	0,137	0,012	0,003	0,042	0,006	0,031	0,022	0,588	0,001	0,009	0,011
2	0,076	0,068	0,078	0,089	0,029	0,148	0,009	0,003	0,036	0,006	0,031	0,026	0,529	0,001	0,007	0,012
3	0,058	0,078	0,098	0,100	0,035	0,137	0,009	0,003	0,048	0,005	0,027	0,022	0,588	0,001	0,007	0,009
4	0,076	0,048	0,088	0,089	0,044	0,148	0,010	0,003	0,036	0,005	0,035	0,026	0,529	0,001	0,007	0,011
5	0,058	0,058	0,078	0,100	0,035	0,137	0,010	0,003	0,048	0,007	0,027	0,019	0,529	0,001	0,009	0,009
6	0,076	0,068	0,088	0,111	0,044	0,118	0,009	0,002	0,042	0,006	0,035	0,019	0,529	0,001	0,006	0,007
7	0,067	0,068	0,098	0,100	0,039	0,137	0,009	0,003	0,036	0,006	0,031	0,026	0,588	0,001	0,007	0,012
8	0,058	0,078	0,078	0,089	0,044	0,148	0,010	0,003	0,042	0,005	0,031	0,022	0,471	0,001	0,009	0,011
9	0,076	0,087	0,088	0,111	0,035	0,137	0,009	0,003	0,048	0,005	0,027	0,022	0,588	0,001	0,007	0,012
10	0,058	0,078	0,088	0,100	0,044	0,118	0,009	0,003	0,036	0,007	0,035	0,026	0,588	0,001	0,007	0,009
11	0,067	0,068	0,059	0,089	0,039	0,137	0,009	0,003	0,042	0,005	0,031	0,022	0,529	0,001	0,009	0,012
12	0,076	0,068	0,078	0,100	0,035	0,148	0,010	0,003	0,042	0,006	0,027	0,019	0,471	0,001	0,007	0,009
13	0,058	0,068	0,098	0,089	0,044	0,118	0,009	0,003	0,048	0,007	0,035	0,022	0,529	0,001	0,009	0,011
14	0,067	0,058	0,088	0,111	0,039	0,137	0,009	0,003	0,042	0,006	0,035	0,022	0,529	0,001	0,007	0,012
15	0,058	0,058	0,078	0,100	0,035	0,137	0,009	0,003	0,042	0,006	0,027	0,022	0,588	0,001	0,009	0,007

Джерело: власні дослідження

що потребує якісно іншої та більшої кількості інформації. Аграрні підприємства, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, мають обсяги цієї інформації набагато більші, оскільки їм необхідна орієнтація не тільки на внутрішній, а й на зовнішній ринки. Найважливішими особливостями аналізу зовнішньоекономічної діяльності є зростання його ролі, розширення можливостей, необхідність урахування змін в економічному середовищі загалом, що зумовлює перспективи подальших досліджень.

Бібліографічний список:

1. Андрийчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: підручник. 2-ге вид., допов. і перероб. Київ : КНЕУ, 2018. 624 с.
2. Гадзало Я. М., Лузан Ю. Я. Зовнішньоекономічна діяльність та результативність функціонування аграрного сектору економіки України. *Економіка АПК*. 2021. № 4. С. 6–17. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202104006>.
3. Доцюк С. Сучасні аспекти зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств України. *Економіка та суспільство*. 2022. № (39). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-21>.
4. Експортний потенціал Львівщини. 2022. URL: <https://loda.gov.ua/news/34186>.
5. Кубів С. І., Федюк В. В. Аналізування та оцінювання факторів, які впливають на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств аграрного сектору. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Випуск 40. 2020. С.25–29. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2020-40-4>.
6. Кубів С. І., Федюк В. В. Метод вибору показників, які характеризують розвиток зовнішньоекономічної діяльності під час вирішення конкретних управлінських проблем. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. № 5 (116). 2020. С. 55–59. DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-5-10>.
7. Наконечна К. В. Експортний потенціал аграрної продукції України: перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2019. № 10. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.10.50>. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2019/52.pdf.

8. Хаєцька О.П. Перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності агропромислових ринків. Міжрегіональна взаємодія логістичних систем в умовах трансформації економіки : матеріали міжнар. наук. практич. конф., (м. Умань, 18–19 трав. 2018 р.). Умань : «Візаві», 2018. С. 118–121.

References:

1. Andriiuchuk V. H. (2018) *Ekonomika ahrarnykh pidpryemstv: pidruchnyk. 2-he vyd., dopov. i pererob.* Kyiv: KNEU. 624 p.
2. Hadzalo Ya. M., Luzan Yu. Ia. Zovnishnoekonomichna diialnist ta rezultatyvnist funkcionuvannia ahrarnoho sektoru ekonomiky Ukrainy. *Ekonomika APK*. 2021. № 4. P. 6–17. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202104006>.
3. Dotsiuk, S. (2022). Suchasni aspekty zovnishnoekonomichnoi diialnosti ahrarnykh pidpryemstv Ukrainy. *Ekonomika ta suspilstvo*, (39). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-21>.
4. Eksportnyi potentsial Lvivshchyny 2022. URL: <https://loda.gov.ua/news/34186>.
5. Kubiv S.I., Fediuk V. V. (2020) Analizuvannia ta otsiniuvannia faktoriv, yaki vplyvaiut na rozvytok zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpryemstv ahrarnoho sektoru. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*. Vypusk 40. p.25–29. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2020-40-4>.
6. Kubiv S.I., Fediuk V. V. (2020) Metod vyboru pokaznykiv, yaki kharakteryzuiut rozvytok zovnishnoekonomichnoi diialnosti pid chas vyrishennia konkretnykh upravlynskykh problem. *Derzhava ta rehiony. Serii: Ekonomika ta pidpryemnytstvo*. № 5 (116). P. 55–59. DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-5-10>.
7. Nakonechna K. V. (2019) Eksportnyi potentsial ahrarnoi produktsii Ukrainy: perspektyvy rozvytku. *Efektivna ekonomika*. № 10. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.10.50>. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2019/52.pdf.
8. Khaietska O. P. (2018) Perspektivy rozvytku zovnishnoekonomichnoi diialnosti ahropromyslovykh rynkiv. Mizhreionalna vzaiemodiia lohistychnykh system v umovakh transformatsii ekonomiky : materialy mizhnar. nauk. prakt. konf., (m. Uman, 18–19 trav. 2018 r.). Uman: «Vizavi». P. 118–121.

Македон В.В.

доктор економічних наук,
професор кафедри міжнародної економіки і світових фінансів
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Байлова О.О.

асистент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Makedon Viacheslav

Doctor of Economics Sciences,
Professor of International Economics and World Finance Department,
Oles Honchar Dnipro National University

Baylova Olena

Assistant of Economics, Entrepreneurship
and Enterprise Management Department,
Oles Honchar Dnipro National University

ОЦІНКА ВИТРАТНИХ СКЛАДОВИХ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

ASSESSMENT OF COST COMPOSITION AND INVESTMENT RISKS OF ENTERPRISES OF THE REAL SECTOR OF THE ECONOMY

Стаття формує методичні підходи щодо проведення оцінювання і нівелювання рівня ризиків при здійсненні і інвестиційної діяльності підприємств. За результатами дослідження розроблено методику оцінювання рівня ризикозахищеності підприємства при використанні в її системі ризикорієнтованого управління, з метою обґрунтування ефективних управлінських рішень щодо забезпечення економічної безпеки підприємства, яка полягає у комплексній діагностиці рівня загрози ризиків на основі попередньої ґрунтовної якісної та кількісної оцінки фінансово-господарської діяльності підприємства, інструментарію ідентифікації, аналізу й оцінки ризиків, та поєднує математичний апарат із використанням експертної оцінки для визначення ключових індикаторів ризику для підприємства. Доповнено методичні підходи до ризик-менеджменту через розробку алгоритму управління ризиками на підприємствах.

Ключові слова: національні підприємства, інвестиційні ризики, інвестиційні проекти, фактори ризиків, ланцюгові процеси, ймовірність ризиків, витрати підприємства.

The article forms methodical approaches to assessing and leveling the level of risks in the implementation and investment activities of enterprises. The concept of risk-oriented management in the system of economic activity of the enterprise is proposed, which consists in the interconnection of methodological principles of oriented management with applied aspects of risk management, combines approaches, principles, methods and tools of risk-oriented management. Based on the results of the study, a methodology for assessing the level of risk protection of the enterprise was developed when using a risk-based management system in its system, with the aim of justifying effective management decisions to ensure the economic security of the enterprise, which consists in a comprehensive diagnosis of the level of the threat of risks based on a preliminary thorough qualitative and quantitative assessment of the financial and economic activity of the enterprise, tools for identification, analysis and assessment of risks, and combines the mathematical apparatus with the use of expert assessment to determine key risk indicators for the enterprise. Methodical approaches to risk management have been supplemented through the development of a risk management algorithm at enterprises, which involves the stages of risk identification, risk analysis, selection of a risk management method, risk assessment and reaction to the assessment result by choosing a risk management method, which are aimed at ensuring the economic security of the enterprise. The procedure for managing the enterprise's economic security system has been modernized by integrating into it the process of risk-oriented management, including strategy, techniques and technologies, resources, management methodology, development mechanism, as well as the option of organizing and implementing progressive risk management to ensure the economic security of the enterprise, which, unlike the existing ones, includes the

context of progressive risk management, the actual risk management process, which ends with an assessment of the effectiveness of risk management, on the basis of which proposals for improving the risk management process are developed.

Keywords: national enterprises, investment risks, investment projects, risk factors, chain processes, risk probability, enterprise costs.

Постановка проблеми. Одним з найважливіших аспектів стабільного розвитку національної економіки є динамічний ріст інвестиційного потенціалу та інвестиційної привабливості. Структура інвестицій і ефективність їх використання зумовлюють результати економічної діяльності і конкурентоспроможність підприємств реального сектора економіки. Реальне інвестування на практиці реалізується за допомогою інвестиційних проектів. У свою чергу, впровадження проектів пов'язане з множиною різних ризиків. Це явище пов'язане з високою мінливістю економічної і політичної ситуації в країні, нестабільністю у фінансовій сфері, появою нових видів реальних інвестиційних проектів і форм їх фінансування. Як правило багато підприємств не приділяють достатньої уваги оцінці і страхуванню інвестиційних ризиків, також в структурі управління часто відсутні спеціалізовані структури, які мають займатися цими питаннями. Крім того, недосконалість інформаційного, аналітичного і методичного забезпечення оцінки і виявлення ризиків обумовлюють актуальність даної теми наукового дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема ризиків при інвестуванні в реальний сектор економіки сьогодні недостатньо вивчена. Так за науковою позицією Македон В., Валіков В. [1], Шереметинська О., Тюха І., Тур О. [2] визначено, що стратегічною метою будь-якої компанії є забезпечення довгострокової і стабільної конкурентоспроможності. Такі дослідники як: Ван дер Пол Х., Мтяяне З. [3] зазначають, що для досягнення належного рівня ризикозахищеності необхідно протистояти чинникам, які перешкоджають ефективній і своєчасній реалізації рішень у сфері інвестиційної діяльності підприємства, тобто управляти ризиками. У той же час Бабиш С. [4], Новак Н. Оразмурадов А., Шаврієва Г. [5] розкривають поняття джерела ризику, яке означає об'єкт зовнішнього або внутрішнього середовища, взаємодія з яким може бути небезпечною подією для компанії. З робіт Самойленко В. [6], Чайкіна А. [7] ми можемо виділити те, що інвестиційні ризики включають наступні підвиди ризиків: ризик упущеної вигоди; ризик зниження доходності; ризик прямих фінансових втрат. Ризик упущеної вигоди – це ризик настання непрямого (побічного) фінансового збитку (неотриманий прибуток) в результаті нездійснення якого-небудь заходу (наприклад, страхування, хеджування, інвестування тощо).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В той же час, враховуючи динамічність змін економічного середовища діяльності підприємств, ми бачимо що подальші дослідження мають врахувати головні завдання управління ризиками, та визначити можливі альтернативи розвитку подій, сформулювати оцінку

ймовірності і наслідків появи ризиків і позбавлення від чинників ризику або їх мінімізація.

Постановка завдання. Метою статті є розробка методичного підходу щодо визначення рівня ризиків в веденні інвестиційної діяльності, та формування захисних бар'єрів зниження впливу ризиків та результати господарської діяльності підприємств в сучасних умовах національної економіки.

Виклад основного матеріалу. Розробка і використання багатофакторної моделі ризику інвестування в реальний сектор економіки допоможе з достатньою точністю виявити вплив різних чинників на ризики інвестування. Ця модель здатна показати долю різних чинників в загальному об'ємі інвестицій, а також відбити зміну долей в різні періоди соціально-економічного розвитку країни. Але за допомогою багатофакторної моделі ризиків інвестування досить складно визначити рівень ризику в економічній ситуації, що міняється.

Для детальнішого вирішення проблеми прогнозування ризиків інвестування в реальний сектор економіки необхідно створити систему оцінки, яка включала б не лише методи статистики, але і теорії ймовірності і методи мікроекономічного аналізу [8]. Для більш точної оцінки ризику істотне значення має облік повної групи чинників, що визначають ризик. Сукупність чинників ризику повинна відбивати усі умови зовнішнього і внутрішнього середовища інвестиційних проектів, що формують можливі збитки. Класифікація чинників ризиків в інвестиційній діяльності підприємств представлена в таблиці 1.

При перемножуванні окремих рівнів ризиків, виражених в процентних пунктах, виходить загальний рівень ризику інвестування в реальний сектор економіки:

$$R_{inv} = R_{inv} \times R_{inf} \times R_{com} \times R_{pol} \times R_{rad} \times R_t \times R_e \times R_p \times R_{ur}, \quad (1)$$

де R_{inv} – ризик інвестування в реальний сектор економіки;

- R_{inf} – ризик інфляційний;
- R_{com} – ризик комерційний;
- R_{pol} – ризик політичний;
- R_{rad} – ризик випадкової загибелі;
- R_t – ризик технічний;
- R_e – ризик економічний;
- R_p – ризик ціновий;
- R_{ur} – ризик «нестрахований».

При цьому, якщо $R_{inv} = 1$, то це означає, що ризик інвестування в реальний сектор економіки дорівнює 100%. (тобто кожен із співмножників дорівнює 1). Це означає, що проект вже можна назвати невдалим. При $R_{inf} = 0$ слід виключити ті ризики, відсоток ймовірності яких = 0, тобто вони вже не роблять впливу на ризик інвестування. Якщо усі множники дорівнюють 0, що не буває в реальній

Класифікація чинників ризику інвестиційних проектів підприємства

Групи чинників ризику		Ризик-фактори	
1.	Соціально-політичні ризику	1.1.	Політична нестабільність
		1.2.	Наявність етнічних або релігійних конфліктів
		1.3.	Рівень злочинності
		1.4.	Відношення населення до форм власності
		1.5.	Податкова політика держави
		1.6.	Ступінь обмеження монополізму
		1.7.	Відношення населення до підприємництва
		1.8.	Захист конкуренції
2.	Макроекономічні ризику	2.1.	Стійкість економічної системи
		2.2.	Рівень державного регулювання
		2.3.	Фаза ділового циклу
		2.4.	Стан фінансової системи
		2.5.	Ступінь достовірності макроекономічної інформації
		2.6.	Рівень доходів населення
		2.7.	Підприємницька активність
		2.8.	Культура бізнесу (звички, традиції, норми)
3.	Мікроекономічні ризику	3.1.	Форма власності
		3.2.	Доля компанії на ринку
		3.3.	Фінансовий стан компанії
		3.4.	Кадровий потенціал компанії
		3.5.	Інвестиційна привабливість
		3.6.	Організаційна система управління
		3.7.	Інноваційний потенціал
		3.8.	Організація виробництва
4.	Правові ризику	4.1.	Ступінь досконалості законодавчої бази
		4.2.	Ступінь досконалості арбітражного виробництва
		4.3.	Відповідальність за порушення контрактних зобов'язань
		4.4.	Ступінь захищеності внутрішнього ринку
		4.5.	Митна політика
		4.6.	Тарифні угоди
		4.7.	Ліцензійна політика
		4.8.	Захищеність

Джерело: [2; 9]

ситуації, то це означає, що в даний момент склалася ідеальна обстановка для інвестування в цей об'єкт. В цілому, цю оцінку не можна назвати адекватною, оскільки вона не відбиває усі особливості економічної ситуації.

У економічній літературі склалося стійке поняття «безризикових» інвестицій або «нульовий ризик». Інвестиція вважається неризикованою, якщо доход по ній гарантований. Завдання визначення ймовірності несприятливого результату інвестицій може бути вирішене як статистичне завдання моделювання складних динамічних системи [1, с. 14–15]. Сутність методу статистичного моделювання можна розглянути на спрощеному фрагменті моделі оцінки інвестиційної привабливості проекту. Припустимо, що в даному проекті передбачається випуск одного виробу, валовий прибуток від продажу якого може бути описаний наступною системою рівнянь для i -го кроку періоду експлуатації:

$$Pva[i] = Pro[i] - Ss[i];$$

$$Pro[i] = V[i] \times S[i];$$

$$Ss[i] = (1 + Kpr) \times \{(1 - kft) \times Fot[i] + Mz[i] + Am[i]\}; \quad (2)$$

$$Mz[i] = Zr[i] + Zc[i].$$

де Pva – валовий прибуток;

Pro – вартість продажів;

Ss – собівартість виробництва;

Kpr – коефіцієнт інших витрат в собівартості;

kft – коефіцієнт відрахувань від фонду оплати праці;

Mz – вартість матеріальних витрат;

Am – амортизаційні відрахування.

Нехай для величин: вартості одиниці готових виробів (S), фонду оплати праці (Fot), вартості ресурсів (Zr), вартості сировини (Zc), використуваних в наведеному фрагменті рівнянь, заздалегідь при підготовці початкових даних, визначені

функції $g[k, i]$, що дозволяють вчислити значення цих параметрів по кроках розрахункового періоду і середні квадратичні відхилення, що відповідають їм, – $MSD[k, i]$, а для обсягу випуску – передбачувані значення ($V[i]$) по кроках розрахункового періоду і MSD , тоді можна записати систему рівнянь для розрахунку поточних значень:

$$\begin{aligned} V[i] &= Vt[i] + MSD[k, i] \times Kn[k]; \\ S[i] &= S_o \times g[k+1, i] + MSD[k+1, i] \times Kn[k+1]; \\ Fot[i] &= Foto \times g[k+2, i] + MSD[k+2, i] \times Kn[k+2]; \\ Zr[i] &= Zro \times g[k+3, i] + MSD[k+3, i] \times Kn[k+3]; \\ Zs[i] &= Zso \times g[k+4, i] + MSD[k+4, i] \times Kn[k+4]. \end{aligned} \quad (3)$$

де S_o , $Foto$, Zro , Zso – значення даних параметрів на початку розрахунково i -го періоду;

Kn – випадкова величина, що має нормальний закон розподілу. Вона змінюється в межах від 1 до Tr , а Tr – кількість змінюваних параметрів.

Як правило, при проведенні розрахунків передбачається, що усі досліджувані величини підкоряються нормальному закону розподілу. Для кожного конкретного випадку тип закону розподілу може бути встановлений за допомогою існуючих методів математичної статистики.

Використовуючи модель оцінки інвестиційної привабливості проекту з урахуванням системи рівнянь (1), для кожної реалізації визначають нові значення кожного критерію ефективності і прибутковості капітальних вкладень і оцінки ефективності акціонерного капіталу. Після виконання чергової реалізації ці значення реєструються і накопичуються [10]. Після закінчення заданої кількості реалізацій здійснюється статистична обробка отриманих результатів, яка дозволяє отримати номінальні значення необхідних критеріїв і їх MSD . Необхідна кількість реалізацій визначається за двома критеріями:

1) Відповідність середньої величини критерію, визначуваної по статистичній моделі, його величині, вчисленій по номінальних значеннях початкових даних.

2) Стійкість значень MSD , отриманих для декількох значень реалізації.

Аналогічним чином може бути визначена ймовірність несприятливого результату за будь-яким критерієм, використовуваним для оцінки інвестиційної привабливості проекту. Особливий інтерес представляють критерії, величини яких виражаються у відсотках: внутрішня норма доходності, запас фінансової стійкості, дивіденди, які можуть бути виплачені акціонерам. Для цих критеріїв, як

і для критерію «Результати інвестицій», можуть бути обчислені два значення ймовірності:

1) ймовірність того, що величина перевірконого дисконту або % виплати дивідендів акціонерам не перевищить банківського відсотка за кредит;

2) ймовірність того, що їх величини матимуть хоч якісь позитивні значення, відмінні від 0.

Досвід оцінки інвестиційної привабливості проектів показує, що для оцінки ймовірності несприятливих результатів інвестицій знадобилася розробка комплексу програмного забезпечення для апроксимації основних параметрів початкових даних як за допомогою методу найменших квадратів для функцій лінеаризації і статечних многочленів, так і використання методів нелінійного програмування для оптимізації складних систем [11]. Безумовно, що значення величин рівня ризику для класифікації: високий, середній, низький, підлягають уточненню у міру накопичення результатів аналізу інвестиційної привабливості проектів для використовуваних при цьому критеріїв і супроводу реальних проектів в період їх експлуатації (табл. 2).

Промислове виробництво – це виконання виробничих процесів і робіт, результатом яких є промислова продукція. В результаті, промислове виробництво представляє комплексний процес, в якому бере участь досить велика кількість виконавців, який можна представити у вигляді графа ланцюгового процесу з урахуванням ризиків (рис. 1).

Відображений процес, що має початкове і два кінцеві стани. Вершини графів відповідають виконавцям, що виконують певні роботи. Вершинам приписані певні чисельні значення – вартості виконання робіт C_1, \dots, C_n . Дуги на графах відбивають переходи, яким приписані чисельні характеристики – ймовірність переходів. Таким чином, кожен виконавець (i) може:

– виконати роботу за 1 крок процесу з вірогідністю $P_i, i+1$;

– не виконати роботу за один крок процесу.

У другому випадку можливі декілька варіантів:

– не виконати роботу унаслідок технологічної несумісності з попереднім етапом (наприклад, брак у виконанні попереднього процесу) з вірогідністю $P_i, i-1$;

– не виконати роботу унаслідок банкрутства з вірогідністю P_i, z . Тоді кінцевий результат недовсядний в принципі.

Представлення ймовірності господарського процесу у вигляді процесу Маркова дозволяє використати досить добре розроблений апарат теорії «кінцевих ланцюгів Маркова» для розрахунку ймовірності тимчасових характеристик процесу. Нас

Таблиця 2

Значення рівня ймовірності ризику для підприємства

Рівень ризику	Величина довірчого інтервалу	Ймовірність несприятливого результату
Високий	> 2,6	< 0,01
Середній	1,25... 2,6	0,01... 0,1
Низький	< 1,25	> 0,1

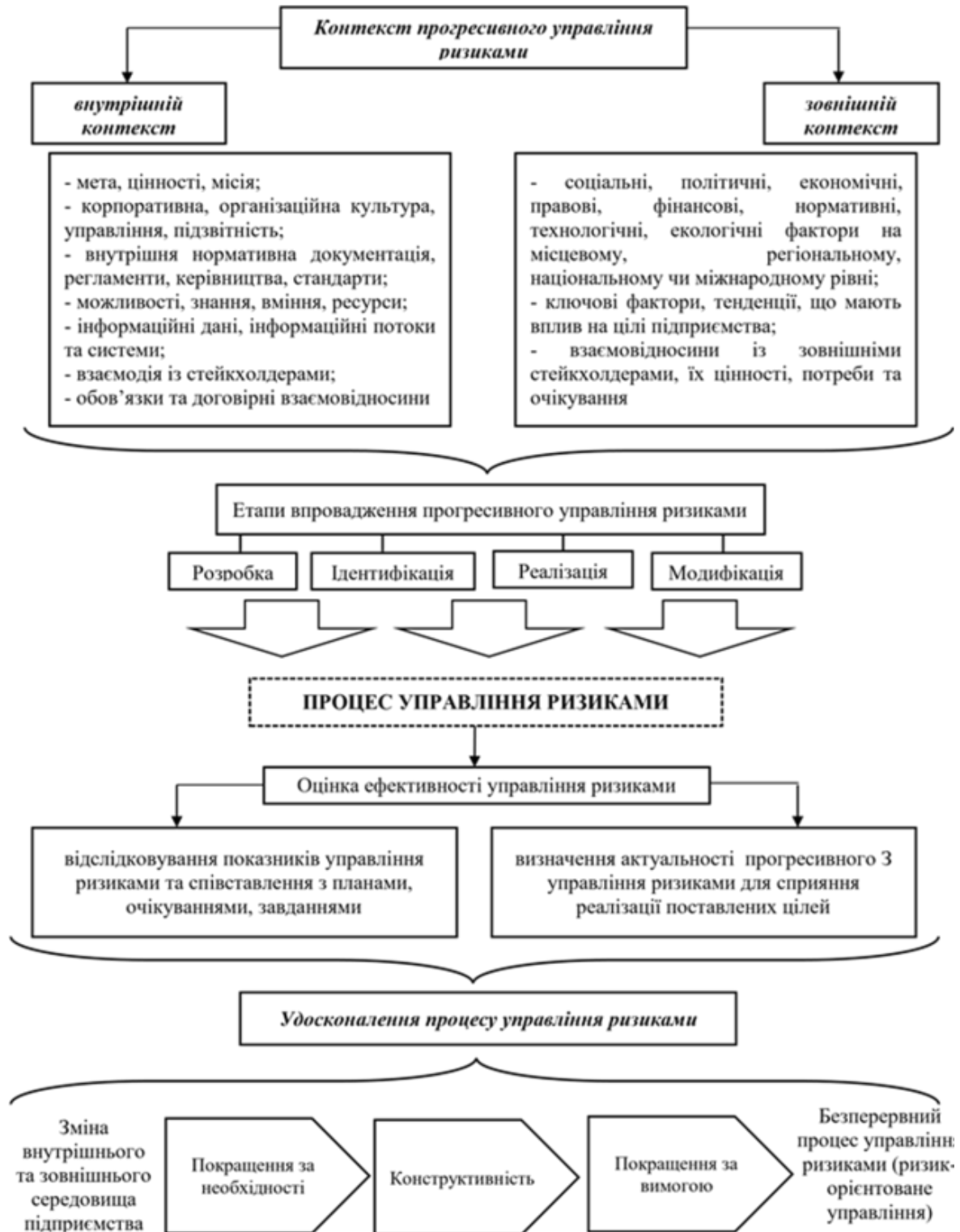


Рис. 1. Граф ланцюгового процесу управління ризиками на підприємстві

Джерело: розроблено авторами

цікавитимуть наступні характеристики процесу: ймовірність завершення неуспіху процесу (P_z), математичне очікування (M) і дисперсія часу виконання процесу (D) у разі успішного його завершення.

В цілому показники групового ризику можна визначити як ймовірність групового ризику (ймовірність завершення неуспіху групового процесу):

$$R = P_z \quad (4)$$

Як показники групового ризику можуть використовуватися наступні коефіцієнти:

коефіцієнт збільшення тривалості групового процесу в порівнянні з базовою ситуацією:

$$K = \frac{Top1}{Top1} \quad (5)$$

коефіцієнт варіації, що характеризує відхилення тривалості групового процесу від математичного очікування:

$$K = \frac{\delta}{\bar{\delta} \times M} \quad (5)$$

Розглянемо групу з N господарських суб'єктів і покладемо, що ймовірність переходів для усіх станів однакова:

$$\begin{aligned} P_p i + 1 = h, i = h, P_p i - 1 = \\ = v, P_p z = q, P_i + h + q = 1, \end{aligned} \quad (7)$$

де P – ймовірність успішного переходу до наступного етапу;

v – ймовірність переходу до попереднього виконавця;

h – ймовірність затримки процесу на 1 крок;

q – ймовірність банкрутства.

Припустимо, що $q = h = v$. Такі припущення демонструють характерні особливості групового процесу оцінювання ризиків (табл. 3).

У таблиці 3 знаходять відображення два істотні факти:

1. Залежність свідчень групового ризику від розмірів групи і «несприятливої» ймовірності.

Так, при $N = 5$ і ймовірності успішного переходу $p = 0,972$ показник ризику складає всього 0,059, в той же час як для ймовірності успішного переходу $p = 0,68$ показник R близький до 0,58. Але вже при $N = 10$ і інших рівних умовах показник R набуває значення, близького до 0,1, для $p = 0,972$ і 0,79 для $p = 0,687$.

2. Навіть при невеликих розмірах групи звертають на себе увагу значні відмінності між індивідуальними і груповими ризиками.

Наприклад, при $N=8$ і значенні сукупних ризиків для окремого підприємства = 0,3 груповий ризик складає 0,692. Ця величина потребує коментаря. Річ у тому, що з точки зору фінансового менеджменту у великій кількості ситуацій допустимим показником ризику для ухвалення рішень є значення – 0,3 і ведучим до банкрутства – 0,68 (і більше).

У наведеному прикладі індивідуальний ризик має допустиме значення, тоді як груповою виявився – 0,682, тобто такий проект в цілому є неприпустимо ризикованим при цьому складі групи.

Як видно з наведених прикладів, зростають групові ризики із зростанням розмірів груп і ростом «несприятливих» індивідуальних ризиків. Для зниження групового ризику слід знижувати індивідуальний ризик, тобто використати більше кваліфіковану робочу силу, а також робітників, що володіють не одними, а двома-трьома суміжними професіями. Іншим напрямом зниження рівня ризику є оптимізація структури господарської групи для забезпечення заданого рівня групового ризику [12].

З формули розрахунку відносної величини рівня інвестиційного ризику можуть витікати наступні результати:

– у разі, коли прибуток від реалізації інвестиційного проекту дорівнює нулю, знаменник звертається в нуль, і формула не має ніякого сенсу,

Таблиця 3

Приклад розрахункових показників небезпеки ризиків для підприємства

N = 3						
Q	p	R	K1	Ks	M	D
0,01	0,972	0,099	0,0682	0,121	3,377	0,132
0,05	0,85	0,231	0,143	0,264	3,718	0,748
0,10	0,68	0,473	0,297	0,374	4,18	1,837
0,20	0,39	0,913	0,583	0,473	5,038	4,334
N = 5						
Q	p	R	K1	Ks	M	D
0,01	0,972	0,066	0,033	0,099	5,13	0,231
0,05	0,85	0,33	0,154	0,231	6,281	1,507
0,10	0,68	0,638	0,341	0,319	7,194	3,96
0,20	0,39	1,034	0,682	1,507	8,921	9,988
N = 8						
Q	p	R	K1	Ks	M	D
0,01	0,972	0,099	0,033	0,088	9,042	0,451
0,05	0,85	0,462	0,165	0,187	10,142	2,64
0,10	0,68	0,7623	0,363	0,264	11,726	7,04
0,20	0,39	1,089	0,748	0,341	14,751	18,733
N = 10						
Q	p	R	K1	Ks	M	D
0,01	0,972	0,121	0,033	0,077	11,308	0,561
0,05	0,85	0,528	0,176	0,165	12,716	3,432
0,10	0,68	0,88	0,374	0,242	14,751	9,141
0,20	0,39	1,1	0,759	0,308	18,645	24,541

Джерело: розраховано авторами

оскільки ділення на нуль не можливо. З точки зору інвестора, той факт, що вкладені в проект кошти не приносять прибутку, є також безглуздом;

– у разі позитивного значення інвестиційного ризику інвестор повинен проаналізувати отриманий результат за шкалою ризику. Чим далі розраховане значення рівня інвестиційного ризику від нульового положення, тим більше ризикованим є запропонований проект;

– якщо отримане значення рівня інвестиційного ризику буде нульовим, то в даному випадку слід говорити про рівнозначність цих варіантів і остаточний вибір за інвестором;

– у разі набуття негативного значення відносного показника рівня інвестиційного ризику отримаємо висновок про те, що величина доходу за заощадженнями перевищує очікувану величину прибутку від проекту. З цієї причини потенційний інвестор вважатиме за краще покласти свій капітал у банк.

Приведеною схемою визначення відносної величини рівня інвестиційного ризику можна користуватися і при відборі варіантів для інвестування. Перевага віддається проекту, що має менше значення рівня ризику. При розгляді альтернативних варіантів може виникнути ситуація, коли отримані результати відносних величин рівня інвестиційного ризику будуть рівні або мати дуже близькі значення. В даному випадку остаточне рішення рекомендується приймати за величиною первинних капітальних вкладень.

Процес формування і оцінки ризиків можна представити у вигляді **ланцюгового** процесу, що складається з декількох блоків. Схемний цей процес представлений на рисунку 2.

Блок 1 – блок формування чинників ризику; у цьому блоці формуються як одиничні чинники ризику, так і інтегральні по групах (макроекономічні, мікроекономічні і так далі), останнє здійснюється з метою повнішого обліку впливу кожної групи чинників ризику;

Блок 2 – блок формування чисельних значень чинників ризику; як і в попередньому блоці чисельні значення формуються для окремих одиничних чинників ризику і групових.

Блок 3 – блок імітації інтегральних значень ризику і на його основі значень можливих доходів при здійсненні інвестиційного проекту.

Блок 4 – блок імітації можливих значень економічних витрат і вигод від реалізації проекту.

Блок 5 – блок статистичного аналізу «витрати→прибуток→ризик».

На основі цього аналізу приймається рішення про ефективність інвестицій у відповідні варіанти

інвестиційного проекту. Запропонована модель визначення інтегрального ризику проекту дозволяє на підставі експертних оцінок знаходити значення ризик-факторів на вкладення коштів в проект і порівнювати ці значення для різних варіантів проекту. Для кожного чинника ризику експерт повинен задати важливість цього чинника (вага). Ваги чинників, визначені експертами, нормалізуються. Тому експерт може не дотримуватися однієї і тієї ж шкали, а повинен визначити лише співвідношення між чинниками в групі.

Ймовірність прояву чинника може задаватися як експертом, так і генеруватися автоматично випадковим чином, зокрема, з близьким до рівномірного розподілом. Дані для групи нормалізуються, і по них розраховується інтегральний чинник ризику групи.

Для генерації розподілу ймовірності використовується стандартний генератор випадкових чисел. Генерується P (де P – кількість елементів в групі) випадкових чисел в проміжку від 1 до 10000, і потім вони нормуються. Ймовірність прояву групи ризик-факторів може також задаватися експертом або генеруватися. Вагою групи виступає інтегральний чинник ризику, визначуваний за експертними даними чинників з групи. Безпосередньо вага групи змінюватися не може. За цими даними визначається сукупний ризик.

Експертні дані за конкретним проектом можна зберегти і потім повторно використати, наприклад, для порівняння різних проектів. Ми виділяємо три методи визначення інтегрального ризику проекту:

- 1) одноразовий розрахунок сукупного ризику;
- 2) статистичне моделювання;
- 3) визначення можливого максимуму і мінімуму ризику.

Перший метод визначення інтегрального ризику може використовуватися тільки при досить точній експертній оцінці або при невеликому числі випадкових параметрів. При другому методі змістовні результати можна отримати при досить великому числі невизначених параметрів. Третій метод дозволяє визначити точні значення максимальної і мінімальної величини можливого значення інтегрального ризику. Ми вважаємо, що усі вказані методи краще використати в сукупності.

Ефективний аналіз інвестиційних ризиків припускає поєднання формалізованого підходу і емпіричних методів. При правильному використанні він може служити ефективним інструментом, що дозволяє виявити джерела ризиків і найбільш критичні чинники, оцінити і запобігти можливим проблемам, заощадити ресурси і досягти більш високої якості. Дуже важлива при цьому наявність

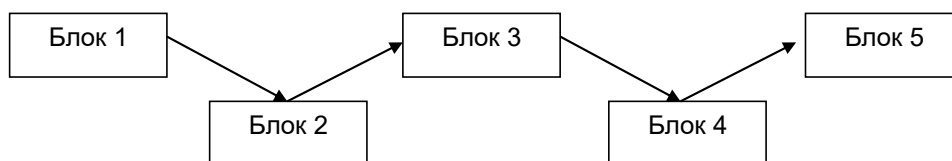


Рис. 2. Ланцюговий процес формування і оцінки ризиків підприємства

досвіду і практики, які дозволяють, з одного боку, використати перевірені і відпрацьовані схеми і підходи, а з іншого боку - зважено і продумано підходити до їх застосування у кожному конкретному випадку.

Подальші наукові дослідження в цій області можуть відбуватися в напрямку ідентифікації і аналізу ризиків, з подальшим ухваленням рішень по заходам з корегування та запобігання інвестиційним ризикам, спрямованим на мінімізацію ризикових подій, зниження ймовірності виникнення несприятливого результату, мінімізацію негативних наслідків і можливих втрат. Це роботи по ідентифікації і аналізу ризиків.

Висновки. Підводячи підсумки, підкреслимо, що найбільш ефективним в застосуванні засобом якісної оцінки інвестиційних ризиків вважаємо запропонований нами метод ланцюгового процесу виявлення та супроводження ризиків, який дозволяє виділити широке коло ризикуєтворючих чинників, що впливають на діяльність підприємств, а також оцінити ступінь їхнього впливу. Правильно складена карта ризиків є основою для подальшої кількісної оцінки ризиків, а також є зручним помічником у виборі способу зниження ризику. Використання запропонованої методики для оцінки ефективності інвестиційних проектів показало, що вона дозволяє проводити комплексний аналіз проектів і здійснювати ухвалення рішень на основі досить великого об'єму інформації, що є необхідною умовою їх точності і обґрунтованості. Визначено, що при необхідності кількісної оцінки повинні використовуватися методи і підходи, що враховують величину ймовірності, тяжкості і (додатково) можливості виявлення шкоди або збитку. Для якості і надійності результату важлива достовірність даних, тому велике значення тут також набуває експертна оцінка подій та формування ризиків.

Бібліографічний список:

1. Македон В. В., Валіков В. П. Економічна безпека підприємства в концепті процесного управління. *Нобелівський вісник*. 2017. № 1(10). С. 12–22. DOI: <https://doi.org/10.32342/2616-3853-2017-1-10-2>.
2. Шереметинська О. В., Тюха І. В., Тур О. В. Особливості управління ризиками при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності. *Ефективна економіка*. 2022. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10287> (дата звернення: 02.03.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2022.5.78.
3. Van der Poll H. M., Mthiyane Z. Z. F. The Interdependence of Risk Management, Corporate Governance and Management Accounting. *Southern African Business Review*. 2018. № 22(1). P. 30. DOI: <https://doi.org/10.25159/1998-8125/4344>.
4. Бабич С. Управління ризиками в контексті корпоративного управління: вітчизняний досвід. *Соціальна економіка*. 2022. № (63). С. 56–64. DOI: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2022-63-05>.
5. Новак Н. Г., Оразмуратов А., Шаврієва Г. І. Організаційні зміни управління корпоративними ризиками та їх вплив на конкурентоспроможність інноваційно-активних підприємств. *Економіка. Фінанси. Право*. 2018. № 1(2). С. 24–26.
6. Самойленко В. В. Особливості формування системи управління ризиками на підприємстві. *Вчені запис-*

7. Чайкіна А. Особливості інтеграції ризик-менеджменту в систему управління підприємством. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-5>.
8. Македон В. В., Валіков В. П., Федьора С. С. Удосконалення управління промисловими підприємствами на основі стратегій інноваційного розвитку. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2019. № 1. С. 108–125. DOI: <https://doi.org/10.32342/2074-5362-2019-1-26-8>.
9. Македон В. В., Михайленко О. Г. Управління внутрішніми інвестиційними проектами в регіональному промисловому кластері підприємств. *Підприємництво та інновації*. 2022. № 25. С. 56–63. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/25.9>.
10. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I. Transitional strategies of organizational change and integration transformations for industrial enterprises. *Academy Review*. 2018. № 2(49). P. 31–44. DOI: <https://doi.org/10.32342/2074-5354-2018-2-49-3>.
11. Avanesova N., Tahajuddin S., Hetman O., Serhienko Y., Makedon V. Strategic management in the system model of the corporate enterprise organizational development. *Economics and Finance*. 2021. № 1/2021. Vol. 9. P. 18–30.
12. Македон В. В. Організаційні особливості фінансово-економічного аналізу проектів злиттів та поглинань в середовищі промислових підприємств. *Підприємництво та інновації*. 2022. № 23. С. 67–74. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/23.13>.

References:

1. Makedon V. V., Valikov V. P. (2017) Ekonomichna bezpeka pidpryyemstva v kontsepti protsesnoho upravlinnya. [Economic security of the enterprise in the concept of process management]. *Nobel Herald*, no. 1(10), pp. 12–22. DOI: <https://doi.org/10.32342/2616-3853-2017-1-10-2>.
2. Sheremetynska O., Tyukha I. and Tyr O. (2022) Features of risk management in the course of foreign economic activity, *Efektivna ekonomika*, vol. 5, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10287>. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.5.78> (accessed 01 Mar 2023).
3. Van der Poll H. M., & Mthiyane Z. Z. F. (2018) The Interdependence of Risk Management, Corporate Governance and Management Accounting. *Southern African Business Review*, 22(1), 30 pages. DOI: <https://doi.org/10.25159/1998-8125/4344>.
4. Babych S. (2022) Upravlinnya ryzykamy v konteksti korporatyvnoho upravlinnya: vitchyznyanyu dosvid [Risk management in the context of corporate management: domestic experience]. *Sotsial'na ekonomika*, (63), p. 56–64. DOI: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2022-63-05/>
5. Novak N. G., Orazmuratov A., & Shavrieva G. I. (2018) Organizational changes in corporate risk management and its effect on competitiveness of innovative and active enterprises. *Economics. Finances. Law*, 1(2), pp. 24–26.
6. Samoylenko V. V. (2022) Osoblyvosti formuvannya systemy upravlinnya ryzykamy na pidpryyemstvi [Peculiarities of formation of the risk management system at the enterprise]. *Vcheni zapysky Tavriys'koho Natsional'noho universytetu imeni V. I. Vernads'koho. Seriya: Ekonomika i upravlinnya*, vol. 33(72), № 1, pp. 28–36. DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/72-1-5>.
7. Chaykina A. (2022) Osoblyvosti intehratsiyi ryzyk-menedzhmentu v systemy upravlinnya pidpryyemstvom [Features of the integration of risk management in the enterprise management system]. *Ekonomika ta suspil'stvo*, (39). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-5>.

8. Makedon V. V., Valikov V. P., Fedyora S. S. (2019) Udoskonalennya upravlinnya promyslovymy pidpryyemstvamy na osnovi stratehiy innovatsynoho rozvytku [Improving the management of industrial enterprises based on innovative development strategies]. *European vector of economic development*, № 1, pp. 108–125. DOI: <https://doi.org/10.32342/2074-5362-2019-1-26-8>.
9. Makedon V. V., Mykhaylenko O. H. (2022) Upravlinnya vnutrishnimy investytsiynymy proektamy v rehional'nomu promyslovomu klasteri pidpryyemstv. Pidpryyemnytstvo ta innovatsiyi. [Management of internal investment projects in the regional industrial cluster of enterprises]. *Entrepreneurship and innovation*, № (25), pp. 56–63. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/25.9>.
10. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I. (2018) Transitional strategies of organizational change and integration transformations for industrial enterprises. *Academy Review*, 2(49), pp. 31–44. DOI: 10.32342/2074–5354–2018–2–49–3.
11. Avanesova N., Tahajuddin S., Hetman O., Serhienko Y., Makedon V. (2021) Strategic management in the system model of the corporate enterprise organizational development. *Economics and Finance*, № 1, vol. 9, pp. 18–30.
12. Makedon V. (2022) Orhanizatsiyni osoblyvosti finansovo-ekonomichnoho analizu proektiv zlyttiv ta pohlynan' v seredovyshchi promyslovykh pidpryyemstv [Organizational features of the financial and economic analysis of merger and acquisition projects in the environment of industrial enterprises]. *Pidpryyemnytstvo ta innovatsiyi*, (23), pp. 67–74. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/23.13>.

УДК 658

DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-1-10>

Халахур Ю.Л.

кандидат економічних наук, доцент,
Уманський національний університет садівництва
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3474-8418>

Клименко Л.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Уманський національний університет садівництва
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2126-5126>

Halahur Yuliya

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Uman National University of Horticulture

Klymenko Lidiia

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Uman National University of Horticulture

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

DIRECTIONS OF PERSONNEL MANAGEMENT IMPROVEMENT IN HOTEL AND RESTAURANT INSTITUTIONS

У статті наголошено на важливості управління персоналом у закладах готельно-ресторанного господарства. Зазначено, що окрім традиційних методів, керівникам доцільно використовувати сучасні. Обґрунтовано необхідність впровадження заходів командування, оскільки саме ефективна команда є конкурентною перевагою закладів на ринку. Вказано основні матеріальні та нематеріальні мотиватори праці персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства, проаналізовано середній рівень заробітної плати працівників даної сфери. Успіх управлінського спілкування визначається наявністю комунікативної компетентності в керівників. У статті зазначені основні характеристики спеціаліста в галузі комунікацій. Наголошено, що на ринку праці нині цінуються працівники, які поряд із професійними знаннями, володіють гнучкими соціально-комунікативними навичками.

Ключові слова: персонал, індустрія гостинності, командування, комунікативна компетентність, гнучкі навички.

The activities of enterprises are directed at achieving an economic effect. Hotel and restaurant establishments are an element of the social sphere. The effectiveness of their activities depends on the level of satisfaction of various customer requests. Qualified personnel are the value of such enterprises and form their competitive advantage. Thus, personnel management is one of the most important functions of hotel and restaurant management. The key to success in the market is not the efforts of specific specialists, but the success of teamwork. In the hotel and restaurant sector, the services provided require the cooperation of employees. Team building is part of personnel management and helps individual employees and businesses achieve desired results. Team building tasks are aimed directly at the formation of a team – true Team Building and are related to the formation of team spirit – Team Spirit. Motivation is a set of motives that favorably influence the behavior of employees. It is noted that material motivators are wages, bonuses, a percentage of the economic effect, a social package, and holiday gifts. Intangible motivators – career growth, flexible work schedule, training and self-improvement, decent working conditions, additional days off. The success of managerial decision-making by managers depends on the level of their communicative competence – the ability to establish contacts, hold a conversation, interact with the environment, argue, convince, and speak publicly. The personnel management strategy of hotel and restaurant enterprises should be integrated into the business strategy of the enterprise, based on accumulated knowledge and experience, the use of innovative approaches, and the integration of the efforts of the manager and specialists. Specialists with soft skills that allow effective communication, cooperation and successful conflict management, organizing work and negotiating with colleagues are valued in the labor market. In the hotel and restaurant industry, they are important for employees of both contact and non-contact services. They can be developed throughout life.

Key words: personnel, hospitality industry, team building, communication competence, flexible skills.

Постановка проблеми. Персонал є стратегічним ресурсом закладів готельно-ресторанного господарства за будь-яких умов господарювання, а ефективне управління ним забезпечує високий

рівень конкурентоспроможності підприємств даної сфери. До готельних і ресторанных послуг висуваються високі вимоги, оскільки вони формують враження клієнта про рівень гостинності в Україні.

Більшість керівників підприємств готельно-ресторанного господарства зосереджують головну увагу на матеріально-технічній базі, а персоналу приділяють другорядне значення, що позначається на результатах діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням управління персоналом займається велика кількість вітчизняних і зарубіжних вчених. У готельно-ресторанній сфері вивченням цього питання займалися: І. О. Мазуркевич, І. О. Пислару, М. О. Рябенька, Т. С. Томалья та інші. Однак, незважаючи на отримані результати, існує необхідність в зосередженні уваги на напрямках удосконалення управління персоналом. Адже поряд із такими його головними функціями як дослідження ринку праці та планування чисельності фахівців, оцінка та навчання кадрів, важливим завданням для керівників є командоутворення, мотивація та налагодження комунікацій.

Постановка завдання. Метою написання статті є удосконалення напрямів управління персоналом підприємств готельно-ресторанного господарства, враховуючи сучасні ринкові вимоги.

Управління персоналом є частиною управління підприємством в цілому. Проте, люди, за своїм характером, відрізняються від решти ресурсів та потребують інших методів управління. Саме тому, на думку М. О. Денисенка, О. Ю. Будякової та Ю. В. Волощук, управління персоналом в сучасних умовах має зосереджувати на таких ключових аспектах [1, с. 138]:

- 1) людина – джерело доходу підприємства;
- 2) діяльність підприємств спрямована на досягнення економічних результатів і прибутків;
- 3) успішна робота підприємства можлива тільки за умови забезпечення його висококваліфікованими кадрами.

Концепція управління підприємством суттєво міняє засоби і методи реалізації на практиці завдань управління персоналом з метою покращення його конкурентоспроможності [2, с. 271–272]. У своїх дослідженнях М. О. Рябенька та І. О. Мазуркевич назвали низку проблем, пов'язаних із якістю персоналу в готелях і ресторанах [3, с. 79]:

- недостатня кількість працівників із профільною освітою;
- відсутність потрібних професійних і особистих якостей;
- низька адаптованість і стресостійкість працівників;
- проблема підтримки персоналу і відповідно плінність кадрів;
- проблема командоутворення.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах господарювання для підприємства особливого значення набуває успішна команда, яка є однією із його конкурентних переваг та запорукою успіху діяльності на ринку. В готельно-ресторанній сфері працюють фахівці різних спеціальностей, а кожна послуга, що надається потребує їх кооперації. Нині командоутворення є важливим інструментом управління персоналом і сприяє згуртуванню колективу, вирішенню нестандартних

ситуацій, виявленню лідера, мотивації і досягненню колективних цілей.

Не кожен колектив підприємства можна назвати командою. Команда – це група людей, які виконують конкретне завдання, об'єднанні спільною метою й взаємодоповнюють один одного. Її перевагами є:

- можливість використання більш широкого інструментарію, у порівнянні з конкретним працівником;

- синергетичний ефект – ефект від спільної роботи учасників перевищує ефект за умови їх роботи окремо;

- команда є не на стільки вразливою та менше піддається ефекту ззовні;

- зменшуються кількість помилок, оскільки кожна ідея ретельно обговорюється учасниками;

- кожен учасник відчуває колективну відповідальність перед колегами;

- у командній роботі максимально розкривається потенціал кожного учасника.

На відміну від команди звичайна робоча група на підприємстві характеризується роз'єднаністю, відсутністю спільних цілей, а лише індивідуальних, кожен її член має на меті досягнення лише власних інтересів. Для того, щоб колектив перетворився на команду необхідно знати особливості її побудови та основні типи, адже не всі вони можуть підійти для будь-якої організації. Зокрема, їх поділяють за такими критеріями: за статусом (офіційні та неофіційні), за характером внутрішніх зв'язків (формальні і неформальні), за механізмом формування (стихийно сформовані та свідомо організовані), за часом існування (тимчасові та постійні), за функціями (орієнтовані на досягнення певної мети, спільного інтересу, спілкування), за розмірами (малі та великі).

Під командоутворенням слід розуміти процес побудови команди, впровадження спеціальних заходів, спрямованих на згуртування колективу, взаємодію, підтримку, взаємодоповнення один одного, що сприятиме успішному досягненню цілей. Головне правило, для того, щоб діяльність команди була ефективною є розподіл ролей на основі компетентностей кожного учасника, відповідальності та мотивація до дій. Завдання командоутворення поділяються на дві групи: пов'язані з формуванням команди, знань, умінь та навичок – істинний Team Building та пов'язані з формуванням духу команди – Team Spirit. (рис. 1).

Сьогодні для успішного ведення бізнесу мало набрати в колектив кваліфікованих працівників. Заходи, що сприяють командоутворенню нині проводить багато підприємств різного рівня. Зокрема, це може бути: ігри на згуртування (тематичні, інтелектуальні, музичні конкурси), соціальний тимблдинг (суботник, посадка дерев, волонтерство), похід в ресторан, відпочинок на природі, колективна творчість, спортивні змагання тощо.

Вирішальну роль у забезпеченні якості послуг та задоволеності гостей відіграють мотиватори (рис. 2). Високий рівень сервісу можуть забезпечити лише зацікавлені працівники. Тому одним із



Рис. 1. Завдання командоутворення в закладах готельно-ресторанного господарства
Джерело: складено із використанням джерела [4, с. 66]

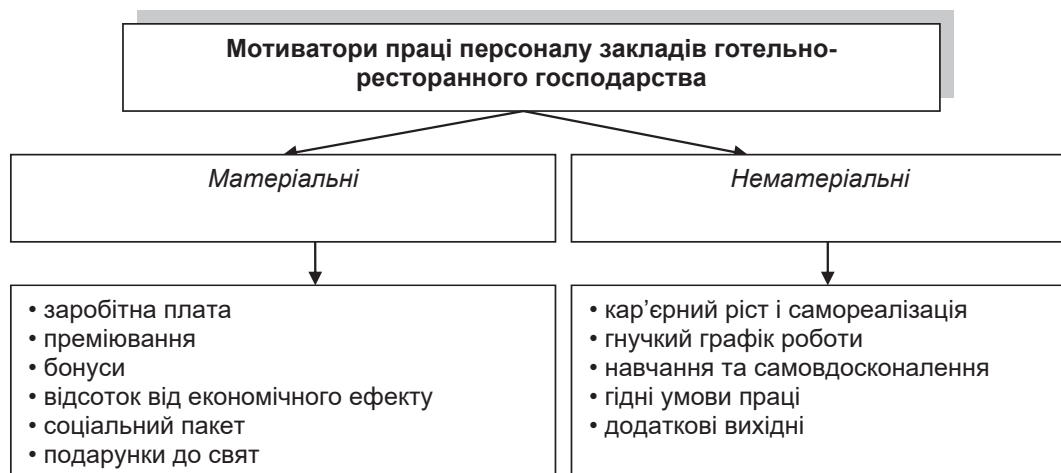


Рис. 2. Мотиватори праці персоналу закладів готельно-ресторанного господарства
Джерело: власні дослідження

важливих завдань для керівництва закладів готельно-ресторанного господарства є формування у працівників бажання не формально працювати, а ефективно виконувати свої обов'язки.

Заробітна плата працівників категорії «Готельно-ресторанний бізнес, туризм» коливається в залежності від рівня відповідальності та функціональних обов'язків (табл. 1). За даними вакансій, розміщених на сайті Work.ua, нині їх середня заробітна плата в Україні складає 13000 грн.

Перешкодою до впровадження сучасних підходів до управління персоналом є наявні управлінські стереотипи та недостатня професійна підготовка фахівців апарату управління. Діджиталізація управлінської діяльності, швидке поширення інформації в світі, зростання кількості комунікаційних мереж вимагає постійного вдосконалення комунікативної компетентності керівни-

ків. Як свідчать наукові дослідження до 90 % свого часу менеджери проводять у мовних контактах, але не лише з робочих питань з керівниками чи підлеглими для прийняття управлінських рішень, а й з іншими людьми, для встановлення міжособистісних стосунків, які не пов'язані з вирішенням їх професійних завдань.

Комунікативна компетентність – це здатність встановлювати контакти з оточуючими людьми, розуміти їх та бути зрозумілими; сукупність знань і навичок, що сприяють успішному спілкуванню. У сучасному бізнес-середовищі спеціаліст у галузі комунікацій повинен:

- володіти мовним етикетом і вміти його використовувати;
- бути готовим будувати контакти з людьми, ставити запитання та давати коректні відповіді на них;

**Середній рівень заробітної плати працівників категорії
«Готельно-ресторанний бізнес, туризм» в Україні**

Категорії працівників	Сума, грн.	Категорії працівників	Сума, грн.
Адміністратор ресторану	15000	Менеджер з туризму	15000
Кухар	14500	Адміністратор готелю	10900
Офіціант	12000	Хостес	12500
Бариста	12000	Покоївка	10000
Посудомийниця	8800	Швейцар	10000

Джерело: [5]

– володіти прийомами ділового спілкування, мати знання, уміння і навички конструктивного спілкування – внутрішні ресурси, необхідні для побудови ефективної комунікативної дії у визначеному колі ситуацій міжособистісної взаємодії;

– бути спроможним ефективно взаємодіяти з оточенням, стресостійким, уникати конфліктних ситуацій і вирішувати їх;

– мати навички обґрунтовувати, аргументувати, переконувати, досягати згоди, компромісів;

– володіти технікою мовлення, вміти правильно будувати розмову та інші публічні виступи.

Успіх управлінського спілкування визначається якістю процесу спілкування, умінням керівника сприймати та передавати інформацію. Звичайно комунікативна компетентність не однаковою мірою проявляється у людей: для одних – це вроджена здатність, а для інших – важка праця. Високої комунікативної продуктивності можна досягнути завдяки розвитку трьох структурних складових:

– когнітивного компонента – основні знання в галузі психології спілкування;

– мотиваційного компонента – прагнення постійного вдосконалення комунікативних умінь та навичок;

– «сензитивність» – міжособова чутливість, увага до партнерів по комунікації.

У закордонних компаніях в управлінні персоналом значна увага приділяється саме стратегії, яка є інтегрованою у бізнес-стратегію підприємства. Стратегія управління персоналом, як правило, відображається у стратегічному плані закладу. Завданнями стратегічного планування персоналу є: залучення і стимулювання працівників із досвідом, вміннями і кваліфікаційним рівнем; впровадження гнучких графіків роботи та підвищення кваліфікації, заміна жорстких переліків професій сучасними та більш прийнятними і зручними для працівників [1, с. 140]. Науковці погоджуються з тим, що етапами стратегічного управління є: визначення місії, аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища, формування цілей, розробка та виконання стратегічних планів [6, с. 94]. Сучасна стратегія управління персоналом закладів готельно-ресторанного господарства має базуватись на накопичених знаннях і досвіді, використанні інновацій, творчих підходах, інтеграції зусиль команди для досягнення поставлених цілей.

Значна увага при підборі персоналу приділяється наявності в працівників гнучких соціально-комунікативних навичок (soft skills). Їх роль на сучасному ринку праці має ключове значення. Такі навички потрібні працівникам як контактних, так і неконтактних служб і допомагають працювати з клієнтами, налагоджувати комунікації та адаптуватись в колективі, сприяють злагодженій роботі. До цієї категорії відносяться: вміння ставити цілі та розробляти особисті та колективні плани, шукати та аналізувати інформацію, робити висновки; навички командної роботи; вміння домовлятися з колегами, самоорганізація і знання тайм-менеджменту; навички лідерства та вирішення конфліктних ситуацій, стресостійкість, вміння аргументувати свою точку зору, впевненість у власних силах і можливостях, здатність мотивувати підлеглих до підвищення професійного рівня.

Висновки. Таким чином, поряд із традиційними напрямками управління персоналу, керівництву закладів готельно-ресторанного господарства варто проводити заходи із командоутворення, що допоможе створити атмосферу в колективі, яка сприятиме його згуртуванню, ініціативності, мотивованості, побудові довірчих відносин і взаємодопомозі, налагодженню комунікаційних зв'язків, продуктивності праці. На ринку праці особливо ціняться працівники, які володіють не тільки професійними компетенціями, а й гнучкими навичками. Саме вони допомагають фахівцям використовувати знання у потрібних ситуаціях.

Бібліографічний список:

1. Денисенко М. П., Будякова О. Ю., Волощук Ю. В. Зарубіжний досвід управління персоналом. *Вчені записки університету «Крок»*. 2019. № 2 (54). С. 137–144.
2. Томала Т. С. Особливості управління персоналом на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2017. № 2. С. 271–274.
3. Рябенка М. О., Мазуркевич І. О. Управління персоналом у закладах готельно-ресторанного господарства. *Інтелект XXI*. 2020. № 1. С. 75–80.
4. Сукурова Н. М., Труш М. С., Гусева О. Ю., Воскобоева О. В. Економічна етика та командоутворення: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2021. 150 с.
5. Середня зарплата за категорією «Готельно-ресторанний бізнес, туризм» в Україні. URL: <https://www.work.ua/salary-hotel-restaurant-tourism/?page=2> (дата звернення: 7.03.2023).

6. Пислару І. О. Особливості розроблення стратегії управління персоналом у готельно-ресторанних закладах. *Причорноморські економічні студії*. 2018. № 31. С. 91–94.

References:

1. Denysenko M. P., Budjakova O. Ju., Voloshuk Ju. V. (2019) Zarubizhnyj dosvid upravlinnja personalom [Foreign experience in personnel management]. *Academic notes of the University «Krok»*, № 2 (54), pp. 137–144.
2. Tomalja T. S. (2017) Osoblyvosti upravlinnja personalom na pidpryjemstvakh ghoteljno-restorannogho biznesu [Peculiarities of personnel management at enterprises of the hotel and restaurant business]. *Bulletin of the Khmelnytskyi National University*, № 2, pp. 271–274.
3. Rjabenka M. O., Mazurkevych I. O. (2020) Upravlinnja personalom u zakladakh ghoteljno-restorannogho goshpodarstva [Personnel management in hotels and restaurants]. *Intelligence XXI*, № 1, pp. 75–80.
4. Sukurova N. M., Trush M. S., Ghusjeva O. Ju., Voskobojeva O. V. (2021) Ekonomichna etyka ta komandoutvorennja [Economic ethics and team building]. Kyiv: State University of Telecommunications.
5. Serednja zarplata za katehoriiju «Ghoteljno-restorannyj biznes, turizm» v Ukraini. Available at: <https://www.work.ua/salary-hotel-restaurant-tourism/?page=2> (accessed 7 March 2023).
6. Pyslaru I.O. (2018) Osoblyvosti rozroblennja strateghiji upravlinnja personalom u ghoteljno-restorannykh zakladakh [Personnel management in hotels and restaurants]. *Black sea economic studies*, № 31, pp. 91–94.

Шатіло О.В.

доктор філософії (економіка)
Національної академії статистики, обліку та аудиту
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6588-7111>

Shatilo Oksana

Doctor of Philosophy (Economics)
National Academy of Statistics, Accounting and Audit

ДОКТРИНАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

DOCTRINAL APPROACHES TO DEFINING STRATEGIC MANAGEMENT TOOLS

В статті проаналізовано, що найбільш актуальними для підприємств в напрямку проведення базисних розрахунків при формуванні стратегії інноваційного розвитку та розробці механізмів щодо її реалізації є: аналітичні методи, методи прогнозування, бенчмаркінг, методи наочного представлення, управління на основі розробки принципово нових стратегій. А серед розглянутих інструментів управління інноваційних процесів для підприємства найбільш дієвими можна вважати, як і зазначалось раніше, бенчмаркінг, інжиніринг інновацій та франчайзинг і навіть аутсорсинг. Визначено, що наявність такого достатньо розгалуженого спектру даних у царині наукової та науково-технічної діяльності стане надійним інформаційним підґрунтям не лише для визначення перспектив розвитку інноваційних процесів, а і стратегічних завдань інноваційної моделі розвитку.

Ключові слова: стратегічне управління, підприємство, інноваційні процеси, бенчмаркінг, інжиніринг інновацій, франчайзинг.

The article analyzes that the following are the most relevant for enterprises in the direction of basic calculations when forming an innovative development strategy and developing mechanisms for its implementation: analytical methods, forecasting methods, benchmarking, visual representation methods, management based on the development of fundamentally new strategies. Summarizing the analysis of scientific works on methodological support, it is appropriate to highlight the following methods that are most relevant for enterprises in the direction of basic calculations when forming a strategy innovative development and the development of mechanisms for its implementation: analytical methods, forecasting methods, benchmarking, visual presentation methods, management based on the development of fundamentally new strategies. And among the considered tools for managing innovation processes for the enterprise, benchmarking, innovation engineering and franchising and even outsourcing can be considered the most effective, as mentioned earlier. Nevertheless, in conducting research on the assessment and forecasting of the development of innovative processes of enterprises based on modern methods and tools, the use of which is associated with the ability to determine the effects various factors, special importance and mainly in relation to application should belong to modeling. Nevertheless, in conducting research on the assessment and forecasting of the development of innovative processes of enterprises based on modern methods and tools, the use of which is associated with the possibilities of determining the effects of various factors, special importance and mainly in relation to application should belong to modeling. The basic basis for conducting such research is the presence of a wide range of external and internal information sources, thanks to which data the enterprise receives the necessary information support for the formation of prospects for its activity as a business entity. It was determined that the presence of such a wide range of data in the field of scientific and scientific-technical activity will become a reliable information basis not only for determining the prospects for the development of innovative processes, but also for the strategic tasks of the innovative development model.

Keywords: strategic management, enterprise, innovation processes, benchmarking, innovation engineering, franchising.

Постановка проблеми. Світова практика бізнесу показує, що більшість компаній, які досягли значних результатів у підприємстві, завдячують саме впровадженню системи стратегічного управління. Згідно з концепцією стратегічного управління, аналіз зовнішнього та внутрішнього

середовища – необхідний елемент визначення місії та цілей підприємства. Проте для досягнення цілей підприємства необхідно використовувати інструменти управління інноваційною діяльністю, зокрема, бенчмаркінг, інжиніринг інновацій і франчайзинг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питанням впровадження інструментів стратегічного розвитку на підприємствах присвятили свої праці багато вітчизняних вчених, зокрема, Романенко О. О. [1], Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. [2], Ревенко Н. Г., Зеніна-Біліченко А. С. [3], Ситник О. Б. [4], Денисенко М. П., Голубева Т. С., Колос І. В. [7] та інші. Проте, дослідження цих авторів недостатньо розкривають особливості інструментів стратегічного розвитку на підприємствах та потребують подальших наукових досліджень.

Постановка завдання. Мета статті полягає у тому, щоб визначити ефективність стратегічного розвитку інноваційних процесів у поєднанні методів із інструментами управління (бенчмаркінг, інжиніринг інновацій і франчайзинг).

Виклад основного матеріалу. Варто зазначити, що франчайзинг розглядається як сучасна форма співпраці між юридично та фінансово незалежними сторонами, в рамках якої одна сторона (франчайзер), що володіє успішним бізнесом, відомою торговою маркою, комерційною таємницею, репутацією та іншими нематеріальними активами, і дозволяє іншій стороні (франчайзі) користуватися цією системою за певних умов. Основним обов'язком франчайзера є надання дозволу на торговельну марку і передачу знань та досвіду ведення цього бізнесу та підтримка партнера протягом усього періоду тривання договору, який обидві сторони підписують після прийняття рішення про співпрацю. Купуючи франшизу, підприємець наважується вести підприємницьку діяльність на власний ризик, але під вивіскою франчайзера. Відома марка гарантує більше число клієнтів і дійсно зменшує ризик банкрутства та дозволяє розширити капітал. Основним обов'язком франчайзи є дотримання спільних для всієї мережі стандартів діяльності підприємства та відрахування франчайзингових платежів. В Українському законодавстві договір франчайзингу називається договором комерційної концесії.

Такої ж думки дотримується і Романенко О. О. та вказує на наступні інструменти стратегічного управління інноваційними процесами: стратегічне планування, бенчмаркінг, визначення місії та бачення, управління відносинами із споживачами та аутсорсинг [1].

З огляду на актуальність поглядів стосовно такого інструменту управління як бенчмаркінг, важливо враховувати дослідження науковців Л. Довгань, Ю. Каракай, Л. Артеменко [2], які стверджують, що головна мета бенчмаркінгу полягає в тому, щоб на основі спостережень та виконаних досліджень надійно встановити ймовірність успіху підприємництва. До основних цілей бенчмаркінгу вони відносять визначення конкурентоспроможності підприємств та їх слабких сторін; усвідомлення необхідності запровадження конкретних змін; добір ідей щодо кардинального поліпшення бізнес-процесів; виявлення найкращих способів здійснення діяльності щодо компаній даного типу; розроблення інноваційних підходів

з вдосконалення бізнес-процесів; сприяння встановленню довгострокових цільових показників якості роботи, які значно перевищують рівень поточних; розроблення нових заходів з метою підвищення ефективності роботи та якості послуг, що надаються; переорієнтування корпоративної культури та ментальності.

З урахуванням всіх зазначених цілей можна вважати, що бенчмаркінг є ефективним інструментом, який дозволяє підприємству визначати власні сильні та слабкі сторони в порівнянні з конкурентами в обраній царині, а також проаналізувати чинники, які допомагають конкурентам посилювати свої позиції на ринку, і на цій основі – розробляти напрями підвищення результатів своєї діяльності.

В той же час Н. Г. Ревенко та А. С. Зеніна-Біліченко [3] вважають, що основними інноваційними інструментами розвитку слід розглядати управлінські технології, які враховують фактор часу, норми використання ресурсів, умови збалансованості і оптимізації їх поєднання, якісні характеристики очікуваних результатів, і тим самим дозволяють координувати виконання управлінських функцій, їх упорядкування, ієрархію виконавців, а також своєчасно проводити оцінювання кінцевих результатів.

З огляду на це, управлінські технології розглядаються як один із найважливіших інструментів стратегічного розвитку інноваційних процесів, що дозволяє успішно дослідити ринок для нових продуктів (новітні потреби, вибір цільового сегменту ринку, обрання стратегії); прогнозувати життєвий цикл нового продукту; дослідити кон'юнктуру ринку; визначити способи продажу нового продукту; вибрати можливий з варіантів співпраці з конкурентами щодо розробки ризикованого продукту; здійснити комплексний аналіз витрат, ціни, обсягів виробництва і продажу нового продукту; зробити аналіз ризиків, визначення методів їх мінімізації та страхування; дослідити планування передачі технологій в процесі освоєння та розміщення на ринку.

З урахуванням зазначеного не важко прийти до висновку, що ефективними інструментами стратегічного розвитку інноваційних процесів на підприємствах поряд з бенчмаркінгом, інжинірингом інновацій та аутсорсингом можуть стати також управлінські технології.

Повертаючись до інжинірингу, варто підкреслити, що головою його метою, як і зазначають М. Хаммер та Дж. Чампі, є кардинальне підвищення ефективності бізнес-процесів за рахунок створення нових, більш прозорих «з чистого аркуша» процесів. Кардинальне підвищення ефективності бізнес-процесів, що базується на прискореному просуванні нових технологій, передбачає різке зниження витрат часу на їх виконання, суттєве зменшення навіть при роботі з клієнтом в режимі 24x365 числа працівників, а також зниження інших операційних витрат, пов'язаних з виконанням процесів [4].

А от вже до складу найважливіших переваг системи інжинірингу слід віднести [5]:

- підвищення при інших рівних умовах ефективності інвестицій у зв'язку із появою реальних важелів впливу на бюджет проекту;

- скорочення виробничих витрат і термінів виконання робіт;

- привабливість для замовників перспективи консолідації в одних руках необхідного набору послуг, пов'язаних із реалізацією цілей інвестиційного проекту;

- поява реальних передумов для переходу до ефективного професіонального управління у зв'язку з зосередженням в руках інжинірингової компанії технічної і вартісної інформації по проекту;

- зниження інвестиційних і інших ризиків для компанії, яка використовує систему інжинірингу;

- підвищення конкурентоспроможності на вітчизняному і іноземному ринках у зв'язку з визнанням ефективності використання інжинірингу на підприємстві.

Тобто, інжиніринг як такий – це надання послуг із проведення наукових досліджень, складання технічної документації інновацій, техніко-економічні обстеження, а інжиніринг інновацій – це новітні чинники, які можна запровадити у наданні послуг з проведення наукових досліджень.

Не менш важливим інструментом стратегічного розвитку є аутсорсинг, який являє собою передачу частини завдань підприємства – підприємству-підряднику, де є фахівці у сфері управління інноваційними процесами. Основна мета такої діяльності – це зменшення витрат підприємства паралельно із зростанням його ринкової вартості та підвищенням рівня конкурентоздатної позиції на ринку.

Стратегічну значущість аутсорсингу для бізнесу ряд менеджерів вбачають, насамперед, у можливості його швидкого розвитку із впровадженням нових технологій, розв'язанням проблем відсутності або надлишковості потужностей; забезпечення прозорості у витратах на допоміжні процеси (транспорт, харчування), а головне – у розширенні можливостей для персоналу займатися бізнесом, а не його обслуговуванням. У світі вже давно не переймаються питанням щодо актуальності та принципів необхідності застосування аутсорсингу, ключове значення мають лише надійність і професіоналізм партнерів, з якими укладається такий договір на виконання певних послуг. Цей аспект змушує підприємство відповісти на низку питань про вибір бізнес-процесів, переданих на аутсорсинг: які функції передавати, як організувати процес прийняття рішення, як оцінити його ефект і які критерії оцінки для цього використати, а також яких можливих ризиків, в разі застосування, можна уникнути. Рішення складається з метою позбавлення від безперспективних і збиткових напрямків бізнесу і виведення необхідних, але непрофільних бізнес-процесів на аутсорсинг. Істотною частиною рішення визначає аналіз ефективності передачі зовнішньому виконавцеві певної послуги [5].

Таким чином, узагальнюючи проведений аналіз наукових праць щодо методичного забезпечен-

ня, доцільно виділити наступні методи, які є найбільш актуальними для підприємств в напрямку проведення базисних розрахунків при формуванні стратегії інноваційного розвитку та розробці механізмів щодо її реалізації: аналітичні методи, методи прогнозування, бенчмаркінг, методи наочного представлення, управління на основі розробки принципово нових стратегій. А серед розглянутих інструментів управління інноваційних процесів для підприємства найбільш дієвими можна вважати, як і зазначалось раніше, бенчмаркінг, інжиніринг інновацій та франчайзинг і навіть аутсорсинг.

Та все ж у проведенні досліджень щодо оцінки та прогнозування розвитку інноваційних процесів підприємств на основі сучасних методів та інструментів, використання яких пов'язується із можливостями щодо визначення впливів різноманітних чинників, особливе значення і переважно стосовно застосування має належати моделюванню.

Базисним підґрунтям проведення таких досліджень наявність широкого кола зовнішніх та внутрішніх інформаційних джерел, завдяки даним яких підприємство отримує необхідне інформаційне забезпечення для формування перспектив своєї діяльності як суб'єкта господарювання.

Отже, інформаційним забезпеченням слід вважати наявність лише достовірної інформації, необхідної для управління економічними процесами, і яка міститься в базах даних інформаційних систем [6].

В свою чергу, варто врахувати, що упорядковану сукупність документованих даних і знань та відомостей, що призначені для задоволення інформаційних потреб користувачів та можуть бути використані ними для прийняття рішень, прийнято розглядати як інформаційні ресурси. При цьому джерелами інформації можуть бути: вибіркові дані про зовнішнє середовище, вплив яких на результати діяльності підприємства є істотним, а це: нормативно-законодавчі акти; результати досліджень і розробок, зокрема галузевих НДІ; спеціальні джерела інформації; власні дослідження та цільові дослідження спеціалізованих організацій; конференції, ярмарки; огляди періодичної літератури; позаоблікові й облікові дані щодо внутрішнього стану і процесів, які відбуваються на підприємстві. Як позаоблікові джерела трактують програми, плани, проекти за напрямками бізнесу; внутрішні накази й розпорядження керівництва; протоколи зборів трудового колективу, засідань правління, комісії; матеріали внутрішнього аудиту і ревізійної комісії; патенти, ліцензії. На основі облікових джерел складається уніфікована фінансова, статистична та податкова звітність підприємства.

Важливим джерелом, що формує інформаційний ресурс інноваційного розвитку підприємства, є також аналітичні дані щодо виконання операційних та фінансових бюджетів підприємства, особливо бюджет інвестиційно-інноваційного спрямування [7].

Принагідно слід зазначити, що завжди залишатиметься вкрай важливою статистична інфор-

мація як обґрунтована і достовірна, що розробляється державним органом статистики. В напрямку аналізу інноваційних процесів визначальну роль, наприклад, відіграватиме статистика наукової та науково-технічної діяльності як базисна і така, що призначена для вирішення наступних завдань [8]:

- об'єктивне відображення реального стану науки, ресурсів та результатів наукових досліджень і розробок;

- аналіз основних тенденцій та закономірностей розвитку наукової та науково-технічної діяльності з орієнтацією на актуальні питання сучасної науково-технічної політики;

- забезпечення повноти інформації, її комплексності, охоплення всіх існуючих елементів і зв'язків наукової системи та факторів, що визначають її розвиток;

- забезпечення системного підходу до організації статистичних робіт – від розробки методології та статистичного інструментарію до забезпечення збирання, обробки, аналізу й поширення даних;

- сприяння розвитку національної наукової системи, розширенню наукових та науково-технічних зв'язків;

- забезпечення зіставлення даних для проведення міжнародних порівнянь;

- інформаційне забезпечення вищих органів державної влади та управління для прийняття ними рішень у сфері науки і державного регулювання науково-технічної політики;

- забезпечення матеріалами для проведення міжнародних зустрічей та переговорів;

- вирішення інших завдань, задекларованих національним статистичним законодавством України.

Безумовно, що наявність такого достатньо розгалуженого спектру даних у царині наукової та науково-технічної діяльності стане надійним інформаційним підґрунтям не лише для визначення перспектив розвитку інноваційних процесів, а і стратегічних завдань інноваційної моделі розвитку.

Розглянуті науково-методичні підходи щодо формування системи управління інноваційними процесами є основою подальшого формування механізмів стратегічного розвитку інноваційних процесів підприємств на засадах обґрунтованого та деталізованого інформаційного забезпечення.

Отже, основними методами стратегічного розвитку інноваційних процесів на підприємствах за сучасних умов поряд із вже відомими аналітичними методами слід визнати і такі як методи прогнозування; методи експертних оцінок; управління на основі розробки принципово нових стратегій, тощо. Разом з тим, ефективного стратегічного планування як провідної складової управління інноваційними процесами можна досягнути, скориставшись широкими можливостями методу моделювання, а також за допомогою застосування дієвих його інструментів, до яких, в першу чергу, слід віднести бенчмаркінг, інжиніринг інновацій, управлінські технології, аутсорсинг.

Акцентуючи особливу увагу та приєднавшись до визнань фахівців, які займаються моделюванням управлінських процесів підприємств, варто наголосити, що на сьогодні метод моделювання слід вважати найбільш ефективним серед інших методів в контексті проектування на майбутнє системи управлінських заходів як стосовно головних цілей та основних видів діяльності підприємства, так і тих, що виокремлюються в системі цілей економічної стратегії розвитку підприємства.

Висновки. Отже, під моделлю стратегічного розвитку інноваційних процесів на підприємстві слід розуміти вибудовану системну сукупність поєднаних у підсистеми окремих елементів щодо досягнення поставлених цілей реалізації бізнес-процесів з врахуванням факторів зовнішнього середовища та внутрішньої організації і контролю в напрямку забезпечення (через використання дієвих науково-методичних підходів) гармонійного управління і реалізації стратегії інноваційного розвитку і, разом з цим – ефективного функціонування підприємства як об'єкта дослідження та досягнення на цій основі із забезпеченням у довгостроковому періоді – стійкої високої конкурентної позиції на ринку.

Бібліографічний список:

1. Романенко О. О. Аналіз сучасних методів та інструментів стратегічного управління підприємствами. URL: <https://econforum.duan.edu.ua/images/stories/Files/2015/14.pdf> (дата звернення: 21.02.2023).
2. Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 440 с.
3. Ревенко Н. Г., Зеніна-Біліченко А. С. Складові інструменти інноваційного управління в системі менеджменту підприємств. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3631> (дата звернення: 11.01.2023).
4. Hammer M. Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution. Paperback Illustrated. 2006. 432 p.
5. Ситник О.Б. Досвід інжинірингової діяльності в сучасному економічному просторі. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eupmg_2013_4_12
6. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / за ред. Р. Дяківа. Київ: Міжнародна економічна фундація, 2000. 704 с.
7. Денисенко М. П., Голубева Т. С., Колос І. В. Інформаційне забезпечення інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/2713/1/08.pdf> (дата звернення: 31.01.2023).
8. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 21.01.2023).

References:

1. Romanenko O. O. Analiz suchasnykh metodiv ta instrumentiv stratehichnoho upravlinnia pidpriemstvamy. Available at: <https://econforum.duan.edu.ua/images/stories/Files/2015/14.pdf> (data zvernennia: 21.02.2023).
2. Dovhan L. Ye., Karakai Yu. V., Artemenko L. P. Stratehichne upravlinnia: navch. posib. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, 2009. 440 p.
3. Revenko N. H., Zienina-Bilichenko A. S. Skladovi instrumenty innovatsiinoho upravlinnia v systemi menedzhmentu pidpriemstv. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3631> (data zvernennia: 11.01.2023).
4. Hammer M. (2006) Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution. Paperback Illustrated. 432 p.

Держава та регіони

5. Sytnyk O. B. Dosvid inzhynirynhovoï diialnosti v suchasnomu ekonomichnomu prostori. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eupmg_2013_4_12
6. Entsyklopediia biznesmena, ekonomista, menedzhera / za red. R. Diakiva. Kyiv : Mizhnarodna ekonomichna fundatsiia, 2000. 704 p.
7. Denysenko M. P., Holubieva T. S., Kolos I. V. Informatsiine zabezpechennia innovatsiino-investytsiinoï diialnosti pidpriemstva. Available at: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/2713/1/08.pdf> (data zvernennia: 31.01.2023).
8. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (data zvernennia: 21.01.2023).

УДК 339.138

DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-1-12>

Шумкова В.І.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри маркетингу та логістики
Сумського національного аграрного університету

Shumkova Viktoriia

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer of Marketing and Logistics Department
Sumy National Agrarian University

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ

PERSONNEL MANAGEMENT AS A TOOL OF SOCIAL-ETHICAL MARKETING

У статті визначено основні напрямки управління персоналом закладу та управління його розвитком. Метою статті є дослідження процесу управління персоналом як інструменту реалізації концепції соціально-етичного маркетингу у діяльності організації. Автором було визначено основні етапи процесу управління персоналом закладу, а також визначені додаткові заходи, які будуть відображати специфіку його діяльності у напрямку реалізації концепції соціально-етичного маркетингу. Було проведено дослідження щодо факторів впливу на процес управління та його удосконалення у рамках роботи закладу та визначено основні напрямки у процесі удосконалення системи управління персоналом з урахуванням особливостей впровадження соціально-етичного маркетингу. Встановлено основні цілі та завдання для реалізації удосконалення процесу управління персоналом та встановлено основні напрямки щодо їх реалізації.

Ключові слова: соціально-етичний маркетинг, персонал, управління персоналом, розвиток персоналу, медичний заклад.

The article defines the main directions of personnel management of the institution and management of its development. The purpose of the article is to research the process of personnel management as a tool for implementing the concept of social-ethical marketing in the organization's activities. Modern personnel policy in the field of health care is designed to regulate the functioning of social mechanisms of selection and optimal distribution of human resources effective in society, aimed at the formation of an organizational, economic and cultural elite that would meet the established conditions and goals of social development. Because these goals are the main prerequisites for ensuring the functioning of the concept of socio-ethical marketing, which can be key to ensuring effective management and marketing activities of medical institutions. The author identified the main stages of the institution's personnel management process, as well as additional measures that will reflect the specifics of its activity in the direction of implementing the concept of social-ethical marketing. In the article, the author conducted research on the factors influencing the management process and its improvement within the framework of the institution's work, and identified three main directions in the process of improving the personnel management system, taking into account the peculiarities of the implementation of social-ethical marketing. The main goals and objectives for the implementation of the improvement of the personnel management process have been established and the main directions for their implementation have been established. The practical implementation of the main tasks regarding the improvement of the personnel development management system at the «Trostyanetska City Hospital» is carried out by the systematic application of the main methods, namely: organization; positioning; engagement; development; management. In order to improve the personnel development management system at the «Trostyanetska City Hospital», it is also appropriate to use personnel technologies to achieve the defined main goals, namely: outsourcing, outstaffing, personnel leasing, coaching, internal marketing, and information support for personnel activities.

Key words: social-ethical marketing, personnel, personnel management, personnel development, medical institution.

Постановка проблеми. Успішний розвиток будь-якої сфери людської діяльності неможливий без управління, тобто систематичного процесу використання ресурсів для досягнення певної мети. Основним ресурсом кожної організації є люди (кадри, персонал), оскільки саме вони приводять

в дію решту всіх ресурсів. Сьогодні в Україні взято курс на кардинальне реформування, спрямоване на створення системи охорони здоров'я, орієнтованої на пацієнта (фінансування базового пакета послуг, розробка та реалізація стратегії розвитку кадрових ресурсів, вибір лікаря й медичного

закладу, підвищення якості послуг тощо) і здатної забезпечити медичне обслуговування для всіх громадян на рівні розвинутих європейських держав. Трансформація господарського механізму медичної галузі передбачає зміни організаційно-правового статусу медичних закладів, форми власності, характеру взаємовідносин між суб'єктами ринку, фінансових потоків тощо. Такі зміни стосуються і кадрового забезпечення закладів охорони здоров'я.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання, які пов'язані з процесом управління персоналом та забезпечення його розвитку у межах організації вивчалось такими вченими як Балабанова Л. В., Грішнова О. А., Крячкова Л. В., Сардак О. В. та інші. Але незважаючи на велику кількість публікацій на дану тему, питання щодо управління персоналу медичного закладу і його особливостей як інструменту соціально-етичного маркетингу було висвітлено недостатньо.

Постановка завдання. У системі охорони здоров'я важлива роль відведена безпосередньо медичному персоналу, оскільки вони є основними суб'єктами надання медичної допомоги населенню. Відповідно до цього, метою статті є дослідження процесу управління персоналом як інструменту реалізації концепції соціально-етичного маркетингу у діяльності організації.

Виклад основного матеріалу. Сучасна кадрова політика у сфері охорони здоров'я покликана відрегулювати функціонування дієвих в суспільстві соціальних механізмів відбору та оптимального розподілу людських ресурсів, направлених на формування організаційної, господарської і куль-

турної еліти, яка відповідала б сформованим умовам і цілям соціального розвитку. Оскільки саме дані цілі є основними передумовами забезпечення функціонування концепції соціально-етичного маркетингу, яка може виступати ключовою для забезпечення ефективної управлінської та маркетингової діяльності медичних закладів. Для забезпечення реалізації ефективної роботи медичного персоналу, необхідно забезпечити якісну систему управління персоналом медичного закладу. Система управління персоналом у медичному закладі для реалізації наведеної вище ідеї повинна складатися з таких елементів (рис. 1).

Сучасна система управління персоналом та його розвитком у медичних закладах повинна бути покликана на забезпечення медичної галузі такими працівниками, які б мали достатні професійні якості, зокрема такі характеристики, як рівень кваліфікації, досвід, здатність до опанування інноваційних медичних технологій та вміння застосовувати їх у практичній діяльності та комунікативність [1 с. 81; 3 с. 76].

Управління персоналом медичного закладу повинно орієнтуватись на тенденції та плани розвитку закладу зокрема та галузі охорони здоров'я у цілому. Для реалізації цього закладу охорони здоров'я необхідно провадити діяльність у таких напрямках:

- визначення довгострокового розвитку медичного закладу;
- збереження фінансової рівноваги медичного закладу;
- пошук джерел для самофінансування медичного закладу;



Рис. 1. Система управління персоналом у медичному закладі

Джерело: систематизовано автором на основі [7, с. 74]

– пошук джерел для розширення кількості пакетів медичних гарантій, які фінансуються НСЗУ.

Зростання ролі знань у суспільстві, розвиток наукоємних, інтелектуальних технологій вимагає гнучкого та адаптивного використання людських ресурсів у медичних закладах, підвищення творчої та організаційної активності медичних та немедичних працівників, формування гуманізованої організаційної культури. В умовах упровадження у діяльність закладів охорони здоров'я нових технологій особливого значення набувають адекватні методи управління розвитком персоналу, які ґрунтуються на прогресивних підходах до розширення його компетенції та використання елементів соціально-етичного маркетингу під час провадження цього виду діяльності.

Процес удосконалення управління розвитком персоналу у КНП «Тростянецька міська лікарня» ТМР має бути багатограним та охоплювати усі етапи з організації роботи з медичним та немедичним персоналом, а саме:

- кадрове планування;
- пошук і відбір кадрів;
- адаптація нових співробітників;
- аналіз роботи і нормування праці;
- система мотивації праці;
- навчання і розвиток медичного та немедичного персоналу;
- оцінка роботи медичного та немедичного персоналу;
- внутрішньо-організаційні призначення співробітників;
- формування та підтримка організаційної культури у медичному закладі [5; 6].

Провівши аналіз діяльності медичного закладу, яка пов'язана і роботою з персоналом, було виділено три основні напрямки, за якими необхідно реалізовувати у КНП «Тростянецька міська лікарня» ТМР процедуру удосконалення управління персоналом (рис. 2).

Для успішного виконання завдань, які пов'язані з удосконаленням системи управління персона-

лом медичного закладу необхідно провести аналіз факторів, що будуть впливати на даний процес. Їх було розділено на дві групи:

- зовнішні фактори;
- внутрішні фактори (табл.1).

Оцінку внутрішнього стану закладу охорони здоров'я для визначення напрямків удосконалення управління розвитком персоналу доцільно провести з використанням SNW-аналізу, який допоможе структурувати наявну інформацію про внутрішні можливості закладу охорони здоров'я, виділивши при цьому фактори нейтрального впливу (табл. 2).

Наступним кроком є виділення факторів, які впливають на позиції медичного закладу щодо управління персоналом (зміцнюючи та послаблюючи), та розділення їх на ті, що описують сильні та слабкі сторони закладу за результатами проведеного SNW-аналізу (табл. 3).

На основі проведеного дослідження факторів, що будуть впливати на особливості удосконалення управління системою розвитку медичного та немедичного персоналу закладу охорони здоров'я було визначено головні цілі для забезпечення виконання даного процесу.

Серед основних цілей щодо удосконалення управління розвитком персоналу КНП «Тростянецька міська лікарня» ТМР слід виділити:

- вдосконалення форм і методів регулювання трудових відносин;
- управління кадровою безпекою;
- більш глибоке формування соціальної орієнтованості медичного закладу;
- удосконалення системи мотивації з урахуванням особливості роботи структурних підрозділів медичного закладу з особливою увагою на співробітників інфекційного відділення та працівників, які працюють із хворими на коронавірусну інфекцію COVID-19;
- надання (за потреби) додаткової психологічної реабілітації персоналу у зв'язку з воєнними діями на території України;

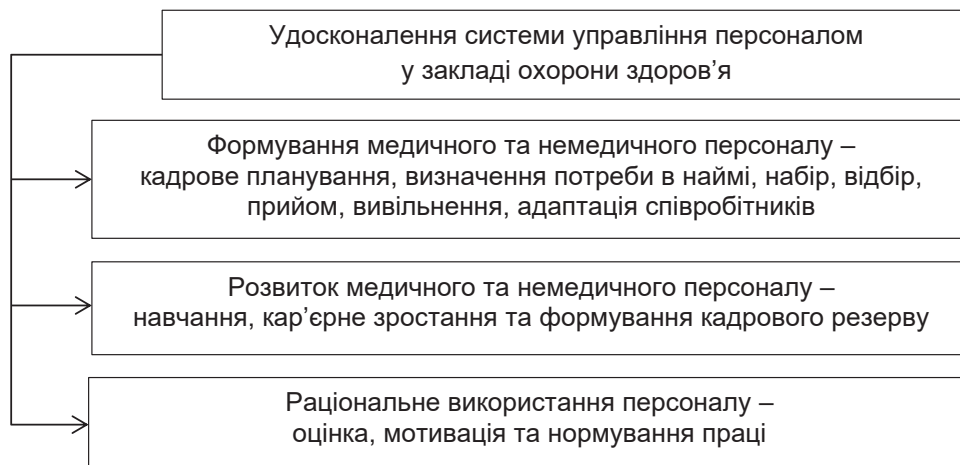


Рис. 2. Основні напрямки у процесі удосконалення системи управління персоналом у КНП «Тростянецька міська лікарня» ТМР

Джерело: власні дослідження автора на основі [2, с. 58; 6]

Фактори, що впливають на удосконалення системи управління персоналом у КНП «Тростянецька міська лікарня» ТМР

Зовнішні фактори	Внутрішні фактори
Економічні зміни	Стан внутрішнього ринку праці
Політичні зміни	Обрана стратегія розвитку медичного закладу
Реформування системи охорони здоров'я України	Обрана стратегія управління персоналом
Зміни в трудовому законодавстві	Стан матеріального забезпечення медичного закладу
Демографічна ситуація	Стан інформаційного забезпечення медичного закладу
Диспропорції на ринку праці	Стан технологічного забезпечення медичного закладу
Зміни в системі освіти та підготовки медичних та немедичних працівників	Кількість договорів, які були заключені з Національною службою здоров'я України
Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій	Специфіка діяльності медичного закладу
Світові зміни та зміни всередині країни, що пов'язані із пандемією COVID-19	Конкурентна позиція медичного закладу у відповідному ринковому сегменті
Зміни всередині країни, що пов'язані з військовим станом та окупацією міста Тростянець	Відновлення матеріально-технічної бази після окупації міста Тростянець

Джерело: власні дослідження автора

SNW-аналіз КНП «Тростянецька міська лікарня» ТМР

Фактори	Сильні сторони (S)	Нейтральні сторони (N)	Слабкі сторони (W)
Обрана стратегія розвитку медичного закладу		+	
Обрана стратегія управління персоналом	+		
Кваліфікація управлінського персоналу	+		
Досвід роботи працівників	+		
Дотримання медичної таємниці	+		
Корпоративна культура		+	
Рівень мотивації працівників			+
Рівень матеріального заохочення працівників			+
Плинність кадрів		+	
Доступність медичного закладу (розміщення)	+		
Інфраструктура медичного закладу	+		
Стан матеріального забезпечення медичного закладу після відновлення	+		
Стан інформаційного забезпечення медичного закладу			+
Стан технологічного забезпечення медичного закладу	+		
Система комунікацій між медичними та немедичними працівниками		+	
Кількість договорів, які були заключені з Національною службою здоров'я України		+	
Специфіка діяльності медичного закладу		+	
Конкурентна позиція медичного закладу у відповідному ринковому сегменті	+		
Всього	9	6	3

Джерело: власні дослідження автора

– впровадження нових форми і методів навчання персоналу, планування кар'єри та формування кадрового резерву;

– формування форм і методів підбору, оцінки й атестації персоналу у відповідності до специфіки діяльності медичних та немедичних працівників;

– маркетинг персоналу, який буде включати аналіз ринку праці, визначення вимог до персо-

налу, формування системи найму і використання персоналу.

Головні завдання у системі удосконалення управління розвитком медичного та немедичного персоналу у КНП «Тростянецька міська лікарня» ТМР будуть наступними:

– вдосконалення системи корпоративних стандартів медичного закладу;

- забезпечити необхідні й сприятливі умови для продуктивної праці;
 - організувати добір і адаптацію персоналу, формування команди, корпоративної культури для реалізації місії й цілей медичного закладу;
 - організувати систему розвитку персоналу, оволодіння передовими методами й прийомами у сфері охорони здоров'я;
 - використовувати психологічні методи впливу на медичних та немедичних працівників для встановлення продуктивних відносин;
 - організувати систему збору, обробки, впровадження інновацій у роботу медичного закладу;
 - розробити додаткову систему оцінювання результатів праці (продуктивність, ефективність праці).
- Практичне втілення головних завдань щодо удосконалення системи управління розвитком

персоналу у КНП «Тростянецька міська лікарня» ТМР здійснюється системним застосуванням основних методик, а саме: організація; позиціонування; залучення; розвиток; управління [4, с. 30].

У таблиці 4 відображено основні способи удосконалення управління розвитком медичного та немедичного персоналу КНП «Тростянецька міська лікарня» ТМР.

Для удосконалення системи управління розвитком персоналу у КНП «Тростянецька міська лікарня» ТМР також є доцільним використовувати персонал-технології для досягнення визначених основних цілей, а саме:

1. Підбір та найм медичного та немедичного персоналу, його аналіз; організація трудових відносин та атестація персоналу – аутсорсинг, аутстафінг, лізинг персоналу.

Таблиця 3

Виділення факторів, що впливають на позиції медичного закладу щодо управління персоналом за даними SNW-аналізу

Фактори, що описують сильні сторони медичного закладу	Фактори, що описують слабкі сторони медичного закладу
1. Обрана стратегія управління персоналом	1. Рівень мотивації працівників
2. Кваліфікація управлінського персоналу	2. Рівень матеріального заохочення працівників
3. Досвід роботи працівників	3. Стан інформаційного забезпечення медичного закладу
4. Дотримання медичної таємниці	-
5. Доступність медичного закладу (розміщення)	-
6. Інфраструктура медичного закладу	-
7. Стан технологічного забезпечення медичного закладу	-
8. Стан матеріального забезпечення медичного закладу	

Джерело: власні дослідження автора

Таблиця 4

Способи удосконалення управління розвитком персоналу КНП «Тростянецька міська лікарня» ТМР

Організація	Позиціонування	Залучення	Розвиток	Управління
1. Місія	1. Кадрова структура (штатний розклад)	1. Маркетинг компетенцій	1. Наставництво	1. Планування
2. Стратегічні цілі	2. Посадові позиції (компетенції, активи)	2. Маркетинг персоналу	2. Навчання	2. Збір і опрацювання інформації з персоналу і праці
3. Постановка завдань	3. Оцінка посадових позицій відповідно до ролі та вартості	3. Форми залучення персоналу	3. Тренінги	3. Вимірювання і оцінка активів і праці
4. Структура прийняття рішень (організаційна структура)		4. Добір, порівняння, відбір персоналу	4. Переміщення персоналу	4. Розрахунок ресурсів
5. Стандарти, правила дій		5. Найм		5. Контроль
6. Технологія процесів		6. Адаптація		6. Мотивація
7. Робочі місця, засоби праці, інфраструктура				7. Психологічний вплив, етика, культура відносин
8. Умови праці				
9. Інновації				
10. Кадрове діловодство				

Джерело: власні дослідження автора

2. Підвищення кваліфікації та навчання медичного та немедичного персоналу – коучинг.

3. Мотивація персоналу – внутрішній маркетинг.

4. Інформаційне забезпечення процесу управління персоналом – автоматизація та інформатизація системи управління персоналом закладу охорони здоров'я.

Висновки. Слід констатувати, що розвиток персоналу застосовується для підвищення потенціалу й продуктивності праці у закладах охорони здоров'я, а також для успішної реалізації різноманітних управлінських та маркетингових концепцій, включаючи соціально-етичний маркетинг, для забезпечення закладу наступними перевагами: підвищення рівня компетенції персоналу; оволодіння передовими методами й прийомами надання медичної допомоги; задоволення потреб працівників в особистій мотивації; підвищення прибутковості; зростання вартості закладу охорони здоров'я; створення довгострокових конкурентних переваг; зміцнення ринкових позицій.

Бібліографічний список:

1. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом: навч. посіб. Донецьк : ДонДУЕТ. 2006. 471 с.
2. Грішнова О. А., Оцінювання персоналу: сучасні підходи до забезпечення ефективності. *Формування ринкової економіки: Збірник наукових праць*. 2017. С.57–63.
3. Вороненко В. В., Пустовойтова Г. Л., Феценко І. І. Кадрові ресурси охорони здоров'я: збірник. Київ. 2018. 367 с.
4. Крячкова Л. В. Створюємо систему оцінки діяльності персоналу. *Головна медична сестра*. 2018. № 1. С. 25–34.
5. Лук'янихіна О. А. Методи оцінювання ефективності системи управління персоналом організації. URL: [http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2017/1\(111\)/4_Lukian.pdf](http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2017/1(111)/4_Lukian.pdf) (дата звернення: 28.02.2023).
6. Офіційний сайт КНП «Тростянецька міська лікарня» ТМР. URL: <http://trostyanetska.crl.org.ua> (дата звернення: 25.02.2023).

References:

1. Balabanova L. V., Sardak O. B. (2006). *Upravlinnia personalom: navch. posib.* [Personnel management: education. manual]. Donetsk: DonDUET.
2. Hrishnova O. A. (2017). *Otsiniuvannia personalu: suchasni pidkhody do zabezpechennia efektyvnosti* [Personnel evaluation: modern approaches to ensuring efficiency]. *Formuvannia rynkovoї ekonomiky: Zbirnyk naukovykh prats*, pp. 57–63.
3. Voronenko V. V., Pustovoirova H. L., Feshchenko I. I. (2018). *Kadrovi resursy okhorony zdorovia: zbirnyk* [Personnel resources of health care: collection]. Kyiv.
4. Kriachkova L. V. (2018). *Stvoriuiemo systemu otsinky diialnosti personalu* [We are creating a personnel performance evaluation system]. *Holovna medychna sestra*, vol. 1. pp.25–34.
5. Lukianykhina O. A. *Metody otsiniuvannia efektyvnosti systemy upravlinnia personalom orhanizatsii* [Methods of evaluating the effectiveness of the organization's personnel management system]. Available at: [http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2017/1\(111\)/4_Lukian.pdf](http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2017/1(111)/4_Lukian.pdf) (accessed 28 February 2023).
6. Ofitsiynyi sait KNP «Trostianetska miska likarnia» TMR [Official site of the «Trostyanetska City Hospital» of the TMR]. Available at: <http://trostyanetska.crl.org.ua> (accessed 25 February 2023).

УДК 339.138

DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-1-13>

Шумкова О.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та логістики
Сумського національного аграрного університету

Shumkova Olena

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department
of Marketing and Logistics
Sumy National Agrarian University

ІНТЕГРОВАНА СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В МІЖНАРОДНОМУ МАРКЕТИНГУ

INTEGRATED SYSTEM OF MARKETING COMMUNICATIONS IN INTERNATIONAL MARKETING

У статті проведено дослідження особливостей впровадження інтегрованої системи маркетингових комунікацій як елементу міжнародного маркетингу у діяльність закладу. Автором було визначено основні принципи функціонування інтегрованої системи маркетингових комунікацій та розроблено схему основних етапів імплементації цієї системи у міжнародну маркетингову діяльність закладу. На прикладі Сумського національного аграрного університету досліджено можливості використання інтегрованої системи маркетингових комунікацій під час роботи із залучення здобувачів освіти із різних країн світу. Встановлено, що для правильної побудови інтегрованої системи маркетингових комунікацій закладу освіти необхідно реалізувати наступні кроки у системі міжнародного маркетингу – вибір цільової аудиторії з використанням методики 5W, вибір основної цілі для реалізації комунікацій у розрізі стратегічних цілей діяльності закладу та аналіз каналів комунікацій закладу освіти та вибір найкращих з них.

Ключові слова: міжнародний маркетинг, комунікації, цільова аудиторія, стратегічні цілі, бренд.

The article examines the peculiarities of the implementation of an integrated system of marketing communications as an element of international marketing in the institution's activities. The author defined the main principles of the integrated system of marketing communications and developed a scheme of the main stages of implementation of this system in the international marketing activity of the institution. An integrated system of marketing communications in the structure of international marketing makes it possible to increase the effectiveness of marketing communications and ensure their integration, which is especially important in the conditions of growing competition and saturation of the global market. The Sumy National Agrarian University was chosen as the object of the study, which trains Ukrainian and foreign students, which proves the fact that the educational institution operates on the international market and uses international marketing tools. On the example of SNAU, the possibility of using an integrated system of marketing communications during the work of attracting education seekers from different countries of the world was investigated. The author determined that an integrated system of marketing communications for an educational institution will consist of advertising, career guidance activities, exhibition activities, public relations (PR), personal communications and the Internet. It has been established that in order to properly build an integrated system of marketing communications of an educational institution, it is necessary to implement the following steps in the international marketing system – the selection of the target audience using the 5W methodology, the selection of the main goal for the implementation of communications in terms of the strategic goals of the institution and the analysis of the communication channels of the educational institution and the selection of the best of them. The author identified the main advantages of implementing an integrated system of marketing communications in the international marketing strategy of an educational institution.

Key words: international marketing, communications, target audience, strategic goals, brand.

Постановка проблеми. В економічних умовах у наш час інформація стає більш значимою для ефективної діяльності будь-якого підприємства. Розробляючи та просуваючи освітні послуги, заклад має необхідність налагодити зв'язок з обраним сегментом ринку, надати якісну систему обміну інформацією із абітурієнтами та здобувачами освіти, а також посередниками, партнерами

та іншими суб'єктами, з якими контактує. Особливо важливим це є у процесі виходу закладу на міжнародний ринок, у зв'язку з глобалізаційними процесами, що породжує необхідність використовувати інструменти міжнародного маркетингу та комунікацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, що пов'язане з використанням інтегро-

ваної системи маркетингових комунікацій було досліджено у роботах таких науковців як Балук Н. Р., Басій Н. Ф., Романенко О. О., Павельчук Є. О., Терент'єва Н. В., Скибінський С. В. та інших, але особливості впровадження такої системи у структуру міжнародної маркетингової діяльності ще потребує подальшого вивчення.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Постійне зростання ролі інформації про діяльність закладу на внутрішньому та міжнародному ринках змушує його регулярно переглядати свої маркетингові позиції, особливо в галузі комунікацій. При виході підприємства на міжнародний ринок, з'являються цілком нові проблеми, пов'язані зі зміною поведінки споживачів, конкурентів та інших контрагентів на специфічному ринку, розширенням комунікаційних можливостей просування нових підходів у управлінні міжнародною маркетинговою політикою підприємства.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження особливостей використання інтегрованої системи маркетингових комунікацій у міжнародному маркетингу.

Виклад основного матеріалу. Маркетингову комунікацію варто розглядати, як один із багатьох інформаційних і реальних процесів, який реалізується в закладі та його зовнішньому середовищі. Комунікації у системі міжнародного маркетингу є процесом обміну інформації між самим закладом та його цільовою аудиторією. Процес організації комунікації з міжнародним ринком використовує цілий комплекс засобів різноманітних функцій і різну внутрішню структуру. Всі разом вони складають складний комплекс promotion mix, що означає систему просування продукту на міжнародному



Рис. 1. Інтегрована система маркетингових комунікацій в міжнародному маркетингу

Джерело: систематизовано автором на основі [1, с. 70]

ринку, яку прийнято називати як інтегрована система маркетингової комунікації.

Інтегрована система маркетингових комунікацій – це стратегічний підхід до маркетингових комунікацій, який передбачає координацію різних елементів маркетингової комунікації з метою досягнення максимальної ефективності та сприяння досягненню маркетингових цілей. Така система буде складатися з елементів, які представлені на рис. 1.

Основними принципами інтегрованої системи маркетингових комунікацій у міжнародному маркетингу є:

- спрямованість на цільову аудиторію – усі елементи маркетингової комунікації мають бути спрямовані на цільову аудиторію та відповідати її потребам і бажанням;

- інтеграція – всі елементи маркетингової комунікації повинні бути інтегровані та співпрацювати між собою для досягнення максимальної ефективності та забезпечення єдиної маркетингової стратегії;

- контактні точки – всі контактні точки між брендом або маркою або продукцією (товаром чи послугою) закладу та цільовою аудиторією повинні бути зорієнтовані на підтримку маркетингових цілей;

- спільне бачення – всі партнери та відділи закладу повинні мати спільне бачення та розуміння маркетингових цілей та стратегії закладу під час впровадження елементів міжнародного маркетингу у загальну систему діяльності закладу [2; 6].

Інтегрована система маркетингових комунікацій у структурі міжнародного маркетингу дозволяє підвищити ефективність маркетингових комунікацій та забезпечити їх інтеграцію, що є особливо важливим в умовах зростаючої конкуренції та насиченості глобального ринку. До переваг цієї системи також можна віднести зниження витрат на маркетингові комунікації та підвищення рівня обізнаності цільової аудиторії.

Реалізація інтегрованої системи маркетингових комунікацій передбачає наступні етапи:

1. Аналіз цільової аудиторії та її потреб: на цьому етапі проводиться дослідження цільової аудиторії та її потреб, щоб зрозуміти, які маркетингові комунікації будуть найбільш ефективними.

2. Формулювання стратегії: на цьому етапі визначаються маркетингові цілі, обирається стратегія та формулюються ключові повідомлення, які повинні бути передані цільовій аудиторії.

3. Вибір комунікаційних каналів: на цьому етапі обираються комунікаційні канали, які будуть використовуватися для передачі повідомлень до цільової аудиторії. Наприклад, реклама, PR, спонсорство, особиста продаж тощо.

4. Розробка маркетингових матеріалів: на цьому етапі розробляються маркетингові матеріали, такі як рекламні банери, листівки, прес-релізи, промо-матеріали та інші.

5. Впровадження та координація: на цьому етапі впроваджуються різні маркетингові комунікації та координуються всі елементи маркетингової комунікації для досягнення максимальної ефективності.

6. Моніторинг та аналіз результатів: на цьому етапі проводиться моніторинг та аналіз результатів реалізації інтегрованої системи маркетингових комунікацій з метою визначення її ефективності та можливих покращень [4; 7, с. 250].

На прикладі закладу вищої освіти освіти розглянемо особливості інтеграції системи маркетингових комунікацій у міжнародний маркетинг. Як об'єкт дослідження обрано Сумський національний аграрний університет, який здійснює підготовку здобувачів освіти-громадян України та іноземних громадян, що засвідчує факт роботи закладу освіти на міжнародному ринку та використання ним інструментів міжнародного маркетингу.

Сумський національний аграрний університет є одним із найбільших аграрних університетів України, що пропонує високоякісну освіту у галузі сільськогосподарства та суміжних галузей знань. Університет також привертає іноземних студентів з усього світу. Серед іноземних студентів Сумського національного аграрного університету найбільше представлені студенти з країн Східної Європи та Азії, а також країн Африки та Латинської Америки. Вони навчаються в різних спеціальностях, включаючи агрономію, ветеринарну медицину, екологію, технології харчування, менеджмент та інші. Іноземні здобувачі освіти можуть вступати до Сумського національного аграрного університету на різні рівні підготовки – бакалаврат, магістратуру та аспірантуру. Контингент іноземних здобувачів освіти у Сумському НАУ представлено на рисунку 2.

Один із пріоритетних напрямків останніх років є обмін студентами з Китайської народної республіки. Вони навчаються на усіх освітніх рівнях.

Слід зазначити, що динаміка зменшення кількості здобувачів освіти-іноземців у 2022 році пов'язана з військовими діями на території України, але це не стало перешкоджаючим фактором для залучення цієї категорії здобувачів до навчання.

Для правильної побудови інтегрованої системи маркетингових комунікацій закладу освіти необ-

хідно реалізувати наступні кроки у системі міжнародного маркетингу, а саме:

- вибір цільової аудиторії для створення взаємозв'язків з майбутніми здобувачами освіти іноземцями;

- вибір основної цілі для реалізації комунікацій з майбутніми здобувачами освіти іноземцями;

- аналіз каналів комунікацій закладу освіти та вибір найкращих з них для реалізації системи комунікацій з майбутніми здобувачами освіти іноземцями.

Для аналізу та вибору цільової аудиторії серед майбутніх здобувачів є доцільним використати модель «5W» – п'ять запитань, відповідь на які допоможе більш точно описати цільову аудиторію. Вона була запропонована Марком Шеррінгтоном, засновником бренд-консалтингової компанії Added Value [3, с. 49]. В таблиці 1 метод «5W» представлено більш детально.

Отже, цей список питань допомагає отримати розуміння хто є цільовою аудиторією. Скористуємось цим методом для окреслення цільової аудиторії Сумського національного аграрного університету. Результати аналізу наведені у таблиці 2.

Перейдемо до другого етапу розробки комунікаційного заходу – формування цілей. Перше питання, яке слід собі поставити це: «Яке головне призначення вашої комунікаційної діяльності?».

Головною метою закладу освіти є залучення нових здобувачів та розширення міжнародного партнерства закладу. Але окрім головної цілі можна охопити й побічні цілі, такі як збільшення лояльності до Сумського НАУ, збільшення впізнаності бренду університету, його престижності та соціальну небайдужість.

Оскільки безпосередньо комунікаційна стратегія наразі відсутня, варто звернути увагу на загальну стратегію розвитку університету та виділити пункти, що безпосередньо пов'язані з комунікаціями. Перелік даних цілей представлено у таблиці 3.

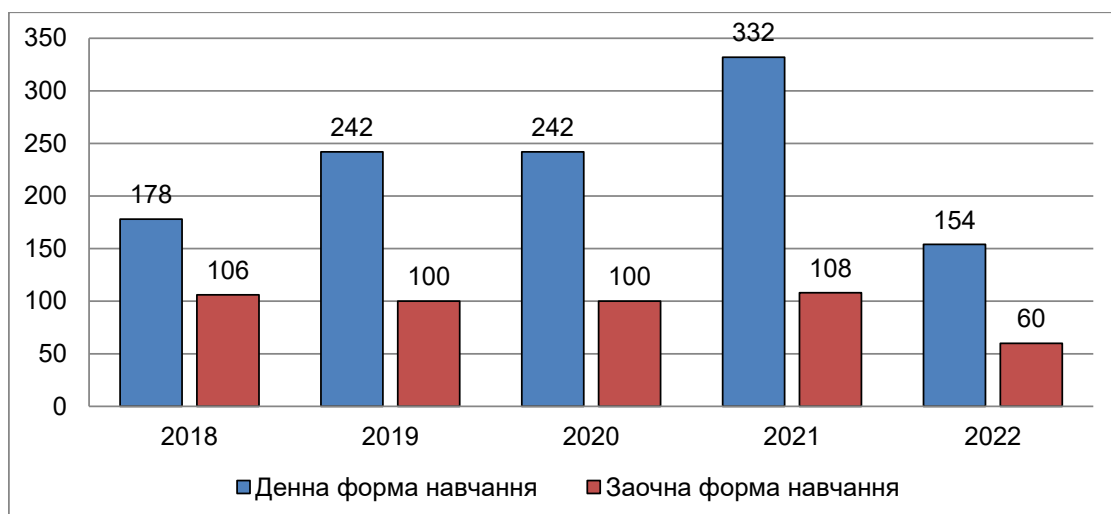


Рис. 2. Кількість іноземних здобувачів освіти у Сумському національному аграрному університеті у 2018–2022 рр., осіб

Джерело: систематизовано автором на основі [5]

Таблиця 1

Метод вивчення цільової аудиторії «5W»

Запитання	Розшифрування
Що? (What?)	Найменування товарів чи послуг.
Хто? (Who?)	Хто є клієнтом (покупцем, замовником).
Чому? (Why?)	Яка мотивація до покупки.
Коли? (When?)	Коли саме потрібен товар чи послуга.
Де? (Where?)	Де здійснюється покупка чи замовлення.

Джерело: систематизовано автором на основі [2; 3, с. 49]

Таблиця 2

Результати використання методу «5W» для Сумського НАУ

Питання	Відповідь
Що?	Освітня послуга: отримання кваліфікаційного рівня або наукового ступеня за певною спеціальністю.
Хто?	Випускники шкіл, хлопці та дівчата віком 16-18 років та особи, у яких виникла потреба у отриманні освіти (тобто особи будь-якого віку), вартість якої є меншою у порівнянні з вартістю навчання у рідній країні.
Чому?	Отримання престижної роботи в майбутньому, отримання знань за обраним курсом та спеціальністю, яка не представлена у рідній країні
Коли?	Після закінчення школи або через рік або при виникненні потреби, вступна компанія відбувається влітку.
Де?	Документи для вступу можна подати електронною поштою, або привезти оригінали до університету. Для того, щоб вступити до університету, потрібно здати спеціальний тест з мови, в якій викладається програма навчання, а також виконати інші вимоги, які можуть змінюватися в залежності від країни та рівня підготовки.

Жжерело: власні дослідження автора

Таблиця 3

Комунікаційні прояви стратегічних цілей Сумського НАУ у розрізі міжнародного маркетингу

Ціль	Комунікаційний прояв
В науковій діяльності – міжнародне визнання наукових результатів університету та їх трансфер у виробництво	Всебічне висвітлення наукових досягнень, на конференціях, симпозіумах, в наукових періодичних виданнях, у соціальних мережах та СМІ. Важливо, висвітлювати це на декількох мовах для більшого охоплення
В галузі інформаційного забезпечення – впровадження у всі сфери діяльності Університету новітніх інформаційних технологій і програмного забезпечення	Збільшення каналів комунікацій, надання всебічної інформації для студентів, співробітників, потенційних студентів та інших зовнішніх суб'єктів комунікацій
В іміджевій політиці – усебічна популяризація всіх інноваційних змін Університету, які забезпечуватимуть його позитивне сприйняття громадськістю як навчального закладу європейського типу	Постійна та оперативне висвітлення новин Сумського НАУ через відповідні і доцільні до сфери новин канали. Ретельна обробка та правильне представлення інформації для необхідного сприйняття громадськістю

У Сумському НАУ наявні декілька видів заходів комунікаційної політики, які більш детально представлені у таблиці 4.

Важлива можливість вишів – «дні відкритих дверей» та проведення зустрічей випускників. Звісно, в цих же цілях можна використовувати відвідування наукових конференцій, симпозіумів та інше.

На наступному етапі нам слід обрати канал комунікацій за допомогою якого ми будемо контактувати з майбутніми абітурієнтами. За даними «BBC NEWS Україна» підлітки проводять перед екранами від 3 до 8 годин. Розваги, навчання, спіл-

кування, хобі та додаткова інформація діджиталізується та пропонується користувачам у більш комфортному форматі. Зараз майже кожен підліток має смартфон, який дозволяє за декілька секунд отримати будь-яку інформацію та зв'язатись зі знайомими. Та пандемія задала достатньо потужний поштовх у розвиток дистанційного спілкування, а військовий стан в Україні сприяв якісному вдосконаленню цієї системи.

Більшість заходів вже не можуть відбуватись у звичному нам форматі, люди звикли мінімально виходити з дому. Тому очевидно, що краще обрати для комунікацій якусь соціальну мережу.

Характеристика використання основних комунікаційних засобів

Захід	Характеристика
Реклама	- друкована продукція - білборди - сітілайти - сторінки у Facebook та Instagram - брендowana продукція - серіал «Аграрвард» на платформі Youtube - дні відкритих дверей
Персональний продаж	Профорієнтаційні заходи у школах міста та області, а саме: лекції, тренінги, ділові ігри, виїзди (екскурсії) до університету та партнерських сільськогосподарських підприємств області
Пропаганда	Розповсюдження інформації про нові спеціальності, інновації, лабораторії, конференції амбасадорами бренду, студентами, випускниками та партнерами Сумського НАУ в межах країни та за кордоном
Цінове стимулювання (в тому числі короткочасне)	Відсутнє

Джерело: власні дослідження автора

Висновки. Таким чином, впровадження інтегрованої системи маркетингових комунікацій як складової частини міжнародного маркетингу закладу має ряд свої переваг, серед яких варто виділити наступні: ефективність – це система дозволяє ефективно комунікувати з цільовою аудиторією, використовуючи різні комунікаційні канали і способи. Це дозволяє досягати кращих результатів, ніж використання окремих маркетингових комунікацій; стимулювання продажів – вона дозволяє впливати на споживачів на різних етапах процесу прийняття рішення про покупку, що сприяє збільшенню продажів та підвищенню прибутку; збільшення свідомості про бренд – інтегрована система дозволяє підвищити свідомість про бренд, оскільки використовуються різні комунікаційні канали, які забезпечують більший охоплення аудиторії; створення цілісного іміджу бренду; зменшення ризику втрати аудиторії, оскільки використовуються різні комунікаційні канали, що забезпечує більш глибоке і повне охоплення цільової аудиторії та Оптимізація витрат, оскільки використовуються різні канали і способи, що забезпечує максимальний ефект витрачених ресурсів.

Бібліографічний список:

1. Балук Н. Р., Басій Н. Ф., Скибінський С.В. Інтегровані маркетингові комунікації – нова концепція чи новий погляд на традиційний інструмент маркетингу. *Науковий вісник ЛНУВМБ імені С.З. Гжицького*. 2017. № 81. С. 70–73.
2. Гладій І., Майстер Л. Витрати на маркетингові комунікації підприємства в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 39. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1397> (дата звернення: 03.03.2023).
3. Гранат Л. Бренд-орієнтоване управління маркетингом підприємств онлайн-торгівлі. *European journal of economics and management*. 2020. Vol. 6. С. 43–51.
4. Кадирус І. Г. Оцінка ефективності маркетингових комунікацій підприємства. URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/bitstream/123456789/4306/1/Кадирус.pdf> (дата звернення: 03.03.2023).

5. Офіційний сайт Сумського національного аграрного університету. URL: <https://snau.edu.ua> (дата звернення: 02.03.2023).
6. Романенко О. О. Сутність та процес формування інтегрованих маркетингових комунікацій. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/48398936.pdf> (дата звернення 02.03.2023).
7. Терент'єва Н. В., Павельчук Є. О. Інтегровані маркетингові комунікації як чинник ефективного розвитку підприємства. *Вісник ХНУ: Економічні науки*. 2021. № 6. Том 1. С. 249–253.

References:

1. Baluk N. R., Basii N. F., Skybinskyi S. V. (2017). Intehrovani marketynhovi komunikatsii – nova kontseptsiiia chy novyi pohliad na tradytsiinyi instrument marketynhu [Integrated marketing communications is a new concept or a new look at a traditional marketing tool]. *Naukovyi visnyk LNUVMB imeni S.Z. Gzhytskoho*. Vol. 81, pp. 70–73.
2. Hladii I., Maister L. (2022). Vytraty na marketynhovi komunikatsii pidpriemstva v umovakh sohodennia [Costs of marketing communications of the enterprise in today's conditions]. *Ekonomika ta suspilstvo*. Vol. 39. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1397> (accessed 3 March 2023).
3. Hranat L. (2020). Brend-orientovane upravlinnia marketynhom pidpriemstv onlain-torhivli [Brand-oriented marketing management of online trade enterprises]. *European journal of economics and management*. Vol. 6, pp. 43–51.
4. Kadyrus I. H. Otsinka efektyvnosti marketynhovykh komunikatsii pidpriemstva [Evaluation of the effectiveness of the company's marketing communications]. Available at: <https://dspace.dsau.dp.ua/bitstream/123456789/4306/1/Кадирус.pdf> (accessed 3 March 2023).
5. Ofitsiinyi sait Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho univertsytetu [Official website of the Sumy National Agrarian University]. Available at: <https://snau.edu.ua> (accessed 2 March 2023).
6. Romanenko O. O. Sutnist ta protses formuvannia intehrovanykh Marketynhovykh komunikatsii [The essence and process of forming integrated marketing communications]. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/48398936.pdf> (accessed 2 March 2023).
7. Terentieva N. V., Pavelchuk Ye. O. (2021). Intehrovani marketynhovi komunikatsii yak chynnyk efektyvnoho rozvytku pidpriemstva [Integrated marketing communications as a factor of effective enterprise development]. *Visnyk KhNU: Ekonomichni nauky*. Vol. 6, part 1, pp. 249–253.

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

УДК 37.014.5:378-022.322(477)

DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-1-14>

Діденко І.О.

кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов економічного факультету
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Холявко Н.І.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Національного університету «Чернігівська політехніка»

Didenko Iryna

Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at the Department of foreign languages of the Faculty of Economics
Taras Shevchenko National University of Kyiv

Kholiavko Nataliia

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor at the Department of finance, banking and insurance
Chernihiv Polytechnic National University

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ¹

THEORETICAL ASPECTS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS OF UKRAINE

У статті розкрито походження терміну сталий розвиток, основні поняття та теоретичні засади забезпечення сталого розвитку університетів. На основі систематизації наукових підходів до дослідження сталого розвитку університетів виокремлено управлінський, процесний, якісний та фандрейзінговий підходи. Проаналізовані чинники, що впливають на досягнення цілей сталого розвитку у вищій освіті: навчання протягом життя (формальна, інформальна та неформальна освіта); залучення талантів як серед викладачів, так і серед здобувачів вищої освіти; інтегроване навчання та міждисциплінарність; інертивні методи навчання; орієнтація на формування у здобувачів вищої освіти компетентностей; гідне фінансування закладів вищої освіти, як державне, так і недержавне, включаючи благодійність та фандрейзінг; академічна доброчесність; екологізація освіти як через створення відповідних освітніх програм, так і через запровадження відповідних освітніх компонентів; автономія університетів, їх гнучкість та академічна свобода всіх учасників освітнього процесу. Авторами виокремлено основні загрози процесам досягнення цілей сталого розвитку у сфері вищої освіти: відтік кваліфікованих кадрів та талановитих студентів за кордон у зв'язку із військовими діями на території України; недостатність фінансування університетів через переорієнтацію грошових потоків на забезпечення військових потреб; швидкий розвиток та доступність застосування штучного інтелекту, що створює нові виклики для дотримання академічної доброчесності тощо.

Ключові слова: вища освіта, сталий розвиток, якість освіти, заклад вищої освіти, здобувач вищої освіти.

In the context of the development of a stable national economy, universities are gradually turning from the institutions for knowledge accumulation into educational hubs, where university students do not only acquire knowledge, but also develop the competencies necessary for further social and professional life, where the interests of all stake-

¹ Дослідження проводиться в рамках проекту «Сталий університет: модель розвитку у повоєнний період», що реалізується за підтримки Європейської асоціації дослідників освіти (EERA) та Української асоціації дослідників освіти (УАДО).

holders: university students, employers, the government, university professors overlap. Higher education institutions are a platform for communication and cooperation of all stakeholders to train high-quality creative personnel, exchange innovative ideas and achieve a synergetic effect in problem-solving. The pandemic and the massive invasion significantly complicated the achievement of the Sustainable Development Goals in higher education in Ukraine. First of all, the possibilities of implementing the fourth Sustainable Development Goal – 'quality education' – has had a significant negative impact. Before starting to overcome the negative consequences, it is appropriate to study the situation with the implementation of the Sustainable Development Goals in higher education in Ukraine and identify the threats that still remain or have arisen as a result of the pandemic, war, and the development of science and technology. The article reveals the origin of the term Sustainable Development, the basic concepts and theoretical foundations of ensuring Sustainable Development of universities. Based on the research and systematization of the existent studies of sustainable development of universities, managerial, process, qualitative and fundraising approaches are identified. The factors influencing the achievement of the Sustainable Development Goals in higher education are analyzed: lifelong learning (formal, informal and non-formal education); attracting talents among university professors and students; integrated and interdisciplinary training; interactive teaching methods; aiming at the acquisition of competencies by university students rather than their reproducing of the given information; decent funding of higher education institutions, both state and non-state, including charity and fundraising; academic integrity; greening of education both through the creation of appropriate new educational programs and through the introduction of appropriate courses into existent ones; the autonomy of universities, their flexibility and academic freedom of all participants of the educational process. The authors identified the main threats to the processes of achieving the Sustainable Development Goals in the field of higher education: fleeing of qualified personnel and talented students abroad due to the war in Ukraine; insufficient funding for universities due to the reorientation of cash flows to meet military needs rather than educational ones; rapid development and availability of applications with artificial intelligence, which creates new challenges for academic integrity, etc.

Keywords: higher education, sustainable development, quality of education, higher education institution, university student.

Постановка проблеми. В умовах розбудови сталої національної економіки університети поступово перетворюються з накопичувачів та передавачів знань на освітні хаби, де здобувачі вищої освіти не тільки набувають знання, а й розвивають необхідні для подальшого суспільного та професійного життя компетентності, де перетинаються інтереси всіх стейкхолдерів: здобувачів освіти, роботодавців, уряду, викладачів, громади тощо. Сучасні заклади вищої освіти – це майданчик спілкування та співпраці всіх зацікавлених осіб для підготовки якісних креативних кадрів, обміну інноваційними ідеями та синергетичного вирішення складних проблем сьогодення.

Пандемія 2019–2022 років та повномасштабне російське вторгнення у лютому 2022 року значно ускладнило досягнення цілей сталого розвитку у вищій освіті України. Насамперед значного негативного впливу зазнали можливості реалізації четвертої цілі сталого розвитку – «якісна освіта». Перед тим, як приступати до подолання негативних наслідків пандемії та війни, доречним вважаємо вивчення реального стану справ із реалізацією цілей сталого розвитку у вищій освіті України та окреслити основні загрози, які досі лишаються чи виникли внаслідок впливу окреслених екзогенних факторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання сталого розвитку закладів вищої освіти висвітлюються у низці закордонних та вітчизняних досліджень таких учених, як Шаховська А. [1], Кошкалда І., Князь О., Тишковець В. [3], Гаращук О., Куценко В. [4], Буяшенко В. [5], Дітковська Л. [6], Туниця Ю. [7], Дубовіч І. [8], Мельниченко А. та Тютюнникова М. [9].

Мета та завдання статті. Дослідити та систематизувати теоретичні аспекти формування і функціонування ефективних моделей сталого розвитку закладів вищої освіти.

Виклад основного матеріалу. Поняття «сталый розвиток» вперше застосувала у 1987 році Гру Харлем Брундтланд (Gro Harlem Brundtland), прем'єр-міністерка Норвегії у доповіді Міжнародної комісії з питань екології та розвитку ООН (World Commission on Environment and Development, WCED) [1, с. 154]. Прем'єрка Норвегії під цим поняттям запропонувала розуміти такий «розвиток, за якого сучасні покоління спроможні задовольняти свої потреби, при цьому не ставлячи під загрозу спроможність наступних поколінь задовольняти свої» [2, с. 16].

На сьогодні проблематика сталого розвитку вищої освіти активно досліджується низкою науковців у всьому світі (рис. 1). До прикладу, Шаховська А. систематизувала основні напрями концепції сталого розвитку: розвиток суспільства має відбуватися в гармонії з природою; людина має обмежувати свій вплив на навколишнє середовище, прагнути до його збереження; «суспільна робота та партнерство, відкритість та прозорість є невід'ємною частиною забезпечення сталого розвитку» [1, с. 154]. Науковиця стверджує, що сталий розвиток неможливий без запровадження навчання протягом життя. Освітня компонента дозволяє суспільству гармонічно розвиватись, набувати нових цінностей, навичок, знань, застосовувати їх для розумного, дбайливого використання обмежених ресурсів, збереження навколишнього середовища для майбутніх поколінь [1]. Разом з цим, така важлива роль освіти потребує перегляду ставлення суспільства, уряду і бізнесу до неї. Зокрема, актуалізуються питання розбудови безперервного освітнього процесу, використання можливостей інформальної та неформальної освіти, запровадження нових інтерактивних методів навчання, базованих на реальних ситуаціях для свідомого прийняття рішень, а також забезпечен-

ня якості освіти, «досягнення міждисциплінарності в освіті задля демонстрації взаємопов'язаності та взаємозалежності всього у світі, виховання свідомих громадян» тощо [1].

Кошкалда І., Князь О. та Тишковець В. зауважують, що двома основними характеристиками сталості навчального процесу є набуття студентами компетентностей на противагу пасивному заучуванню матеріалу та переорієнтація викладачів на розвиток цих компетентностей у студентів через зміну форм, методів викладання. Така зміна має відбуватись у напрямі розвитку більш доступних, зрозумілих, практичних методів і форм, коли «знання, які отримують в університетах, не є чимось інертним, але виступають базисом подальшого кваліфікованого вирішення професійних ситуацій» [3, с. 43].

На думку Гаращук О. та Куценко В., запорукою досягнення цілей сталого розвитку, наприклад, цілі №4 «якісна освіта», є не тільки використання інноваційних технологій в університетах (технологій інтерактивного та інтегрованого навчання), але й забезпечення гідного фінансування закладів вищої освіти (як за рахунок державного бюджету, так і за рахунок приватних, фандрай-

зінгових, благодійних організацій). Останнє дасть змогу залучити таланти, як серед викладачів, так і серед здобувачів вищої освіти, а також відкриє для них нові перспективи вдосконалення та розвитку [4, с. 52–53].

Цінними є напрацювання Буяшенко В., яка відмітила, що у досягненні цілей сталого розвитку вбачає невід'ємну роль приватних навчальних закладів, як інституцій, що, порівняно з державними закладами, є більш гнучкими у пристосуванні до швидкозмінних вимог ринку праці, які оперативніше можуть впроваджувати нові спеціальності, освітні програми, тощо [5].

Наступний напрямок наукових досліджень сталого розвитку закладів вищої освіти розкривають фахівці Національного лісотехнічного університету України. Зокрема, розглядають досягнення цілей сталого розвитку через екологізацію освіти, тобто підготовку фахівців різних галузей знань і спеціальностей, необхідних для забезпечення сталого розвитку країни та її регіонів [7, с. 350]. Протягом останньої декади все більше університетів запроваджує екологізацію освіти, так, Національний університет «Чернігівська політехніка» відкрив освітню програму «Економіка довкілля

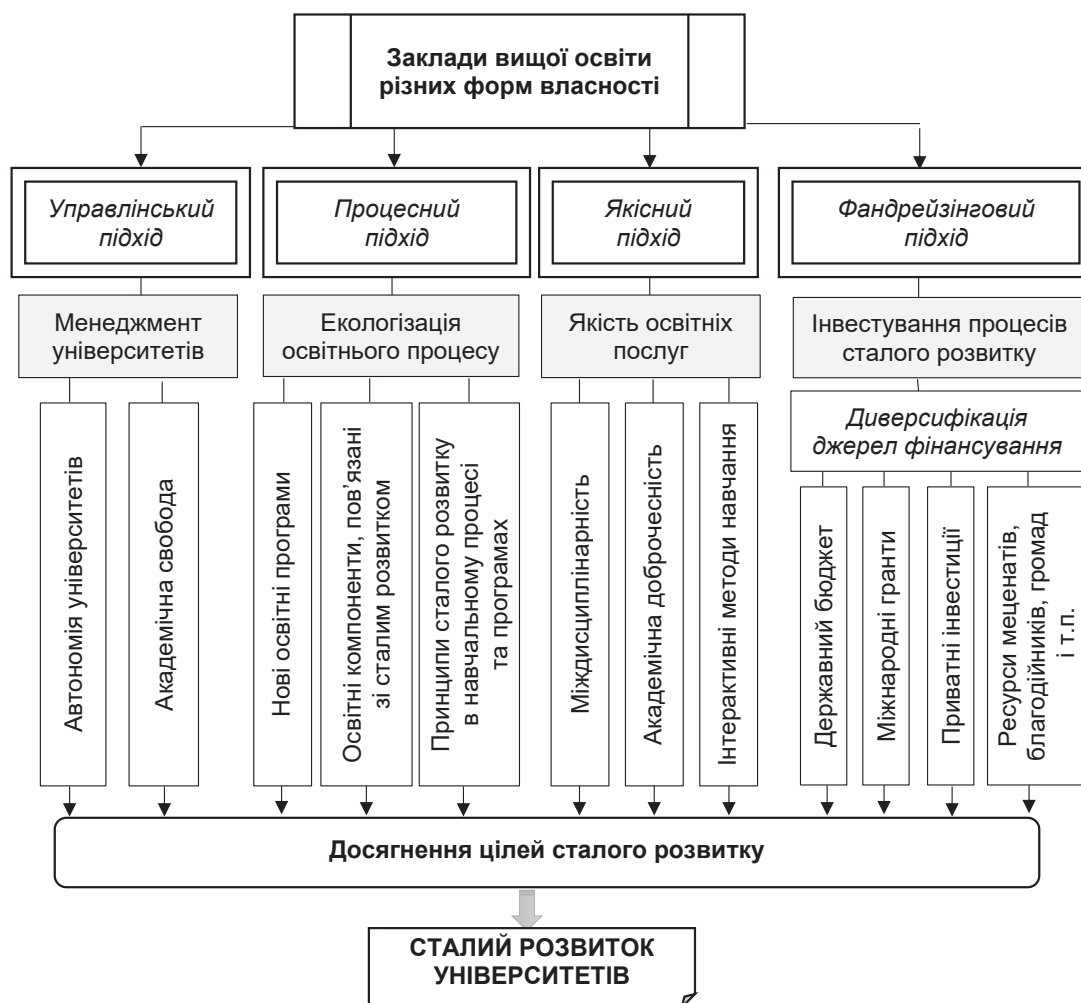


Рис. 1. Наукові підходи до дослідження сталого розвитку закладів вищої освіти
Джерело: побудовано авторами

- <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>.
3. Koshkaldia I., Knyaz O., Tyshkovets V. (2015) Vykorystannia svitovoho dosvidu pidhotovky inzheneriv zemlevporiadnykiv dlia staloho rozvytku agrarnoi osvity v Ukraini [Using of world experience of land managers training for sustainable development of agrarian education in Ukraine] *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. Vol. 1. № 2. P. 40–50.
 4. Garashchuk O., Kutsenko V. (2019) Yakisna osvita–instrument staloho rozvytku (zarubizhnyi dosvid ta ukraïnski realii) [Quality education—a tool for sustainable development (foreign experience and Ukrainian realities)] (in Ukrainian). *Naukovy vistnyk Uzhhorodskogo natsionalnogo universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*. Vypusk 23. Chastyna 1. P. 49–55. Available at: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/25504/1/%d0%93%d0%b0%d1%80%d0%b0%d1%89%d1%83%d0%ba%20%d0%9e.%20%d0%92.%2c%20%d0%9a% d 1 % 8 3 % d 1 % 8 6 % d 0 % b 5 % d 0 % b -d%d0%ba%d0%be%20%d0%92.%20%d0%86.pdf>.
 5. Buiashenko V. (2017) Stalyi rozvytok I suchasna paradigma osvity [Sustainable development and the modern paradigm of education]. *Visnyk APSVT*. № 2. P. 71–74. Available at: https://www.socosvita.kiev.ua/sites/default/files/Visnyk_2_2017.pdf#page=72.
 6. Ditkovska L. (2017) Detection of academic plagiarism as a way to ensure quality of university education. *Visnyk APSVT*. № 2. P. 75–77. Available at: https://www.socosvita.kiev.ua/sites/default/files/Visnyk_2_2017.pdf#page=72.
 7. Tunytsya Yu. Yu., Adamovsky M. G., Borys M. M., Kraievskyi S. N., Magazynshchikova I. P. (2015) Ekolohizatsiya osvity yak kliuchovy factor pidhotovky fakhivtsiv dlia staloho rozvytku [Greening of Education as a key factor for Training of Specialists for Sustainable Development] *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*. Vyp. 25.10. P. 348–356. Available at: https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2015/25_10/58.pdf.
 8. Dubovych I. (2015) Ekolohizatsiia osvity ta ekonomiky–shliakh do praktychnoi realizatsii kontseptsii staloho rozvytku v Ukraini [Greening of education and economy – way to the practical implementation of sustainable development concept in Ukraine]. *Naukovi pratsi Lisivnychoi akademii nauk Ukrainy*. № 13. DOI: <https://doi.org/10.15421/411522> Available at: <http://fasu.nltu.edu.ua/index.php/nplanu/article/view/112/76>. (in Ukrainian)
 9. Melnychenko A. A., Tyutyunnikova M. M. (2012) Upravlinnia u sferi vyshchoii osvity v konteksti zabezpechennia staloho rozvytku suspilstva: filosofskii aspekt [Management in higher education in the context of ensuring sustainable development: philosophic aspect] (in Ukrainian). *Visnyk NTUU “KPI”. Filozofia. Psykholohiia. Pedahohika*. Vypusk 2. P. 44–51. Available at: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=d17b0a8e01fc4afb-c3081772fd32695c224d6be6>.

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 321.01

DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-1-15>

Атаманчук Ю.М.

доктор педагогічних наук, професор,
професор кафедри освіти та управління навчальним закладом
Класичного приватного університету
ORCID: <https://doi.org/0000-0003-1337-8013>

Atamanchuk Yurii

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor,
Professor of the Department of of Education and Management
of the Educational Institution
Classical Private University

МОДЕЛЬ ВЗАЄМНОЇ АДАПТАЦІЇ РИНКУ ПРАЦІ Й РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

MODEL OF MUTUAL ADAPTATION OF THE LABOR MARKET AND THE MARKET OF EDUCATIONAL SERVICES IN UKRAINE

У статті розкривається зміст і основні компоненти моделі взаємної адаптації ринку праці й ринку освітніх послуг в Україні, охарактеризовано аспекти державного регулювання ринку освітніх послуг в умовах війни й кризи, визначаються приклади інституційного середовища, яке може забезпечити ефективне управління відбудовою та розвитком освітніх послуг в Україні. Ефективність даної адаптації передбачає декілька етапів кожен з яких регламентує певний складник даної моделі. Взаємне пристосування ринку освітніх послуг і ринку праці залежить від форми навчання. Чим довший процес навчання і триваліші терміни освітніх послуг, то більший часовий проміжок між взаємним пристосуванням ринків, вищий рівень неформальної невизначеності при виборі виду освітніх послуг, більша ймовірність структурних диспропорцій у професійній підготовці кадрів.

Ключові слова: освітня система, ринок праці, освіта, ринок освітніх послуг, криза.

The article reveals the content and main components of the model of mutual adaptation of the labor market and the educational services market in Ukraine, characterizes the aspects of state regulation of the educational services market in the conditions of war and crisis, identifies examples of the institutional environment that can ensure effective management of the reconstruction and development of educational services in Ukraine. The effectiveness of this adaptation involves several stages, each of which regulates a certain component of this model. The mutual adaptation of the market of educational services and the labor market depends on the form of education. The longer the learning process and the longer terms of educational services, the greater the time interval between the mutual adjustment of markets, the higher the level of informal uncertainty when choosing the type of educational services, the greater the probability of structural disparities in professional training. Ukraine's transition to a market economy involves not only a radical change in the style and methods of management, but also radical changes in educational activities. The modern development of market relations is quite closely related to the process of formation of the educational services market. The world experience of educational institutions clearly proves that the key to successful activity is the quality provision of educational services and their management. The provision and consumption of educational services is a necessary life process, without which neither the activity of the market nor the life of the state and society as a whole is possible. State regulation of the educational services market is of particular importance, as it regulates the educational process and controls the quality of the provision of educational services. The problem of increasing the efficiency of state management activities in the field of regulating the educational services market was and remains relevant. The scientific management of educational services requires, first of all, a deep study of the main theories and concepts that regulate the totality of educational services provided in the

world and in Ukraine in particular, as well as the need for a better introduction of information support into education, which will be the basis for the formation of scientifically based, objective and operational management influences and management decisions.

Key words: *educational system, labor market, education, market of educational services, crisis.*

Постановка проблеми. Чи можна прямо серед кризи і війни будувати і розвиватися?

Ринок освітніх послуг, особливо середньо- і довгострокових, тісно пов'язаний з ринком праці.

Взаємне пристосування ринку освітніх послуг і ринку праці залежить від форми навчання. Чим довший процес навчання і триваліші терміни освітніх послуг, то більший часовий проміжок між взаємним пристосуванням ринків, вищий рівень неформальної невизначеності при виборі виду освітніх послуг, більша ймовірність структурних диспропорцій у професійній підготовці кадрів.

У результаті складного процесу адаптації, освітня система набула нового вигляду у якому парадоксально, але присутні колишні «совкові» організаційні й управлінські принципи та «новітні» методи управління. Експерти відзначають інертність цієї сфери, стійкість академічних практик щодо інновацій, а також одностайні у думці, що сформований ринок освітніх послуг, динаміка якого визначається як ефективність роботи освітніх закладів і формами їх адаптації до нових умов, так і платоспроможним попитом з боку їх споживачів, загальною ситуацією на ринку, а також формами державної ресурсної підтримки діяльності закладів вищої освіти (ЗВО).

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Різні аспекти державного управління розвитком ринку освітніх послуг ґрунтовно досліджені в працях В. П. Андрущенко, Ю. М. Атаманчука, В. Г. Афанасьєва, В. І. Бондаря, В. Ю. Бикова, Г. Єльнікової, В. І. Лугового, В. К. Майбороди, В. І. Маслової, Н. Г. Ничкало, В. Пікельної, І. Ф. Прокопенка, В. П. Троня, Ю. О. Чернецького, Є. Хрикова, М. І. Шкіля та ін.

Постановка завдання. Метою статті є вивчення ефективності моделі взаємної адаптації ринку праці й ринку освітніх послуг в Україні.

Виклад основного матеріалу. Враховуючи специфіку та своєрідність освітнього ринку, термін «освітня послуга» – це комплекс цілеспрямованих дій юридичної або фізичної особи, результати яких виражаються в корисному ефекті (вигоді), що задовольняє освітні, наукові й виховні потреби іншої юридичної або фізичної особи [1 с. 156].

Саме А. Маршалл сконцентрував увагу на проблемі ринку освітніх послуг у зв'язку з інвестуванням у людський капітал. Йому належить твердження, що найцінніший цінний капітал – це той, який вкладений у людину [2 с. 152].

При дослідженні попиту на товари та послуги в економічній теорії розрізняють цінові і нецінові чинники. Співвідношення цих чинників можна застосувати й до освітніх послуг, що визначає платність і безоплатність цих послуг для індивідуального споживання. У всіх випадках споживач керується у виборі змістом і якістю освітньої послуги, тими можливими для нього вигодами, які

можуть бути отримані при реалізації здобутої освіти і професійної підготовки на ринку праці або під час якоїсь іншої діяльності. Розмір такої вигоди індивідуальний споживач порівнює з витратами, які йому належить здійснити для отримання тієї або іншої освітньої послуги.

При цьому, потреба в освітній послугі як суспільному благові виражається через механізм вибору у вигляді прийнятих рішень про вступ до того чи іншого освітнього закладу. Такі рішення сильно залежать від думки батьків, знайомих і т.д. Реалізація потреби може стримуватися умовами правил прийому які приймає і впроваджує відповідний державний орган. При індивідуальному споживанні виникають такі витрати:

- гроші, які необхідно сплатити за навчання, якщо воно платне;
- праця, яку потрібно буде витратити тому хто навчається, на здобуття знань, вироблення навичок та вмінь;
- особливий вид утворюють витрати, значення яких зростає з входженням ринкових механізмів у сферу освіти.

Суть витрат полягає в тому, що витрачаючи час і енергію на здобуття освіти, індивідуальний споживач тим самим жертвує іншими, альтернативними можливостями використання свого часу й застосування своєї енергії. Величина здійснених витрат визначається розмірами вигоди або інших видів корисності, які можуть бути отримані при альтернативних способах використання індивідуальним споживачем своїх особистих ресурсів.

Зараз, під час війни в Україні, реальна ситуація демонструє протилежне. Можливості працевлаштування для всіх верств населення, а особливо для внутрішніх переселенців на сучасному ринку праці досить обмежені.

Головна особливість ринкового попиту на освітні послуги, що обмежує його регулятивне значення для розвитку сфери освіти, – це його принципова нездатність транслювати освітній системі перспективні потреби в масштабах і структурі освітніх послуг. Для оцінювання попиту в довгостроковому періоді необхідно знати, крім кількості передбачуваних абітурієнтів, пріоритетні напрями розвитку економіки країни. Тут необхідна розробка науково обґрунтованого прогнозу розвитку на середньостроковий і довгостроковий періоди спадкоємності спеціальностей з розробкою програм і методів навчання.

Отже, на ринку освітніх послуг необхідно доповнювати ринковий механізм інструментарієм державного регулювання. Це необхідно мати на увазі, характеризуючи попит і пропозицію освітніх послуг. Освітні заклади різних типів та форм власності пропонують споживачам різної форми, змісту, рівнів, спеціальностей освіту, надаючи свободу

вибору людям, які бажають отримати ті або інші освітні послуги.

Як і на будь-якому ринку, в т.ч. і на ринку освітніх послуг, постійно ведеться конкуренція за залучення осіб які бажають навчатися. З посиленням конкуренції виникає необхідність у маркетингових підходах [3].

Інтереси роботодавців і їх вимоги до праці відображає процес визначення кількості людей, яких необхідно підготувати до тієї або іншої професії чи спеціальності на будь-якому освітньому рівні. Цей процес базується на концепції, який називається «резерв талантів».

На ринку освітніх послуг вибір виду навчання багато в чому визначається різними формами капіталу який є сім'ї і її репродуктивною стратегією. Рівновага попиту і пропозиції встановлюється ринком праці. Схильність до тієї або іншої діяльності формується частково під час навчання, а частково під впливом таких чинників, як сім'я, мода тощо. Через незбіг освітніх схильностей між членами сім'ї та інтересів роботодавців виникає дисбаланс на ринку освітніх послуг і ринку праці. Кількість тих, хто прагне здобути освіту (вищу, фахову передвищу, професійну(професійно-технічну)) набагато менше ніж загальний обсяг ліцензованих місць у освітніх закладах в цілому, а також кількість майбутніх працівників не відповідає кількості наявних робочих місць.

У сучасних умовах взаємодії ринку праці та ринку освітніх послуг значущість формальної кваліфікації зменшується, бо йде війна і кількість вакантних місць менше за попит.

Наявність попиту на платні освітні послуги зумовлює ряд чинників:

– в ринковій економіці сформувалося порівняно нечисленна верства багатих людей, які спроможні дорого оплачувати освітні послуги, інвестувати капітал у себе чи своїх дітей, їх особисте майбутнє;

– попит на освітні послуги «елітних» освітніх закладів пов'язаний з прагненням батьків забезпечити своїм дітям «вищий рівень освіти» у порівнянні із звичайними нормами.

В умовах жорсткої конкуренції на ринку освітніх послуг необхідно дуже швидко зреагувати на нові вимоги часу раніше від конкурентів. Усе це ставить перед освітніми закладами завдання постійного відстеження змін, що відбуваються на ринку праці, змін попиту на спеціальності, професії [4].

Основним результатом діяльності закладів освіти передусім на професійному (професійно-технічному) та вищому рівнях є підготовка кваліфікованих випускників або майбутньої робочої сили. У цьому контексті, доцільним є дослідження особливостей функціонування ринку праці та його поточної ситуації в Україні, що склалася під впливом освітніх факторів, а також для виявлення наявних освітніх диспропорцій в системі. Відповідно до Закону України «Про зайнятість населення», ринок праці – це «система правових, соціально-трудова, економічних та організаційних відносин, що виникають між особами, які шукають роботу,

працівниками, професійними спілками, роботодавцями та їх організаціями, органами державної влади у сфері задоволення потреби працівників у зайнятості, а роботодавців – у найманні працівників відповідно до законодавства» [5].

Будь-яка криза, це перш за все шанс щось змінити. Мало хто буде повністю міняти працюючу систему, бо ж спершу її потрібно зупинити, демонтувати чи навіть зруйнувати, якщо немає ресурсів зразу змінити на краще. Але на жаль у криз не один вихід, а як мінімум три: загибель, постійна криза, покращення та безліч їх варіантів. Печально, що ще жодна країна сама по собі без втручання з кризи не виходила, як би нам не казали про незриму руку ринку.

При цьому, одні країни просто перемогли кризу, а інші змогли розвинуватися і під час кризи. Наприклад, Ізраїль, який практично постійно перебуває у стані терористичної загрози, загрози нападу з боку в десятки разів більших країн, ядерної загрози чи прямої війни, і при цьому безперервно розвивається і досяг значного рівня добробуту та економіки.

Є багато прикладів країн, які, парадоксально, в умовах страшної кризи чи війни пережили зростання економіки, розквіт благополуччя, та ставали кращими в світі, а не деградували.

Тобто криза і навіть перманентна криза це не виправдання деградації країни. Бо в світі країни розвивались і навіть підносили добробут не тільки у війнах і кризах, адже є давно відпрацьовані механізми функціонування економіки під час війни.

Відкидаючи елементарні речі, наприклад, що для виходу з кризи треба мати чіткий план і чітку модель майбутнього (того, що ми хочемо досягти після кризи) з простими, чіткими та ясними шляхами досягнення, причому план (модель) в ідеалі повинна б зробити з нашої держави «найкращу в світі», але поки ми будемо її досягати, розвинуті держави підуть далеко вперед і така модель досягнення вже не буде «найкращою в світі», а звичайною чи відсталою. Хто буде навіть ліпшу існуючу модель вже програв – це трюїзм. І ніхто з кращих людей країни не буде напружуватися це зробити, якщо туди можна просто переїхати, іммігрувати, купити житло, нерухомість чи громадянство [6, с. 39–40].

Висновки. Таким чином, в сучасному суспільстві ускладнюється взаємодія ринку освітніх послуг і ринку праці. При цьому особливістю ринку освітніх послуг є його неоднорідність. Ця неоднорідність зумовлена безліччю взаємопов'язаних ринків, які формуються під впливом різних обставин: рівня і ступеня освіти, типу освітнього закладу, рівня підготовки, статі, віку, сімейного стану й інших чинників.

Бібліографічний список:

1. Александров В. Освітня послуга: суть та моделі якості. *Вища школа*. 2006. Т.9. № 1. С. 156–163.
2. Pigou A.C. *Memorials of Alfred Marshall*, London, 1925, p. 152.

3. Дмитренко Г. А. Стратегічний менеджмент у сфері освіти: навч. посіб. Київ : МАУП, 1999. 176 с.
4. Шилова В. І. Ринок освітніх послуг: управлінський аналіз : монографія. Запоріжжя : КПУ, 2009. 144 с.
5. Про зайнятість населення : Закон України від 05.07.2012 року № 5067-VI. Дата оновлення 17.06.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text> (дата звернення: 05.09.2022).
6. Гераїмчук І. М. Творча країна: як побудувати творчу країну серед кризи. *Управління в освіті*: зб. матеріалів VII Міжнародної наук.-прак. конф. / відп. ред. Л. Д. Кизименко. Львів : Видавець Бадікова Н. О., 2015. 160 с.
2. Pigou, A.C. (1925). *Memorialy Alfreda Marshalla* [Memorials of Alfred Marshall]. London, p. 152. [in English]
3. Dmytrenko Gh. A. (1999). *Strateghichnyj menedzhment u sferi osvity* [Strategic management in the field of education]: navch. posib. Kyiv: MAUP. p. 176.
4. Shylova V. I. (2009) Rynok osvitnix poslug: upravlinskyj analiz. Zaporizhhya: CPU. p. 144.
5. Pro zajnjatistj naselennja : Zakon Ukrayiny (2012). № 5067–VI. [On civil service Law of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text> (accessed 05.09.2022)
6. Gherajimchuk, I. M. (2015) Tvorcha krajina: jak pobuduvaty tvorchu krajynu sered kryzy [Creative country: how to build a creative country in the midst of crisis]. *Zbirnyk materialiv VII Mizhnarodnoyi naukovo-praktyxgnoyi konferenciyi «Upravlinnya v osviti» / vidp. red. L. D. Kyzymenko*. (Ukrainian, Ljviv, April 16–18, 2015), 160 p.

References:

1. Aleksandrov, V. (2006). *Osvitnya posluga: sut ta modeli yakosti* [Educational service: essence and models of quality]. *Vyshha shkola – High school*. Vol. 9, part 1, pp. 156–163.

UDC 330:005.8

DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-1-16>

Khaminich Svitlana

Doctor of Economics, Professor,
Professor of the Department of Analytical Economics and Management
Dnipropetrovsk State University of Internal Affairs
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2221-5550>

Sokol Polina

Candidate of Economics Sciences (PhD),
Associate Professor of the Department of Marketing and International Management
Oles Gonchar Dnipro National University
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9217-9869>

Hordiichuk Svitlana

Director of the company, Dnipro

Хамініч С.Ю.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри аналітичної економіки та менеджменту
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Сокол П.М.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Гордійчук С.М.

директор підприємства, м. Дніпро

GENDER ISSUES IN THE CONTEXT OF ECONOMIC RELATIONS

ГЕНДЕРНІ ПРОБЛЕМИ В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

The article discusses the problems of inequality between men and women in the economic sphere. The authors point out that gender inequality in the economy not only violates women's rights, but also hinders economic development. It is emphasized that increasing women's participation in the economy can lead to Gross Domestic Product growth and a reduction in poverty levels. The authors emphasize that governments can enact laws and programs, while businesses can take measures aimed at eliminating discrimination in the workplace, increasing the number of women in leadership positions, and providing paid leave for child care, as well as increasing women's access to education and financial resources. The problems and trends of the influence of gender policy on the economy are clarified, ways to improve the development of gender policy in the context of economic relations are proposed. The main gender problems in the interrelation and interdependence with economic relations in Ukraine are considered. The article underscores that addressing gender inequality in the economic sphere is a key factor in achieving sustainable development and prosperity for society.

Key words: gender policy, economics, economic relations, discrimination, management.

У статті розглядаються проблеми нерівності між чоловіками і жінками в економічній сфері. Зазначається, що жінки в усьому світі часто стикаються з дискримінацією на робочому місці, отримують нижчу заробітну плату та мають менший доступ до кар'єрних можливостей. Автори звертають увагу на те, що гендерна нерівність в економічній сфері не лише ущемляє права жінок, а й стримує економічний розвиток країни. У статті наводяться дослідження, які показують, що збільшення участі жінок в економіці може призвести до зростання внутрішнього валового продукту, скорочення бідності та розбудови демократичного суспільства в цілому. Ця проблематика особливо актуальна у реаліях сьогодення. У статті обґрунтовано роль урядів та бізнес-структур у вирішенні проблем гендерної нерівності. Автори підкреслюють, що уряди можуть приймати закони і програми, спрямовані на ліквідацію дискримінації на робочому місці, а також збільшення доступу жінок до освіти і фінансових ресурсів. Бізнес-структури можуть вживати заходів щодо створення рівних можливостей для жінок і чоловіків на робочому місці, включаючи збільшення кількості жінок на керівних посадах і надання оплачуваної відпустки по догляду за дитиною. Наведено приклади впливу гендерної політики на економіку різних країн. Проаналізовано позитивні та негативні сторони побудови гендерних відносин, а також причини їх невідповідності основам демократичного суспільства. З'ясовано проблеми та тенденції впливу гендерної політики на економіку, запропоновано шляхи вдосконалення розвитку гендерної політики в контексті економічних відносин. Розглянуто основні

гендерні проблеми у взаємозв'язку та взаємозалежності з економічними відносинами в Україні. Проаналізовано основні тенденції розвитку гендерних відносин з економікою в Україні. Запропоновано шляхи вирішення гендерних проблем у контексті економічних відносин в умовах глобалізаційних викликів та побудови сучасного демократичного суспільства. У статті обґрунтовується, що вирішення проблем гендерної нерівності в економічній сфері є ключовим фактором для досягнення сталого розвитку та процвітання суспільства.

Ключові слова: *гендерна політика, економіка, економічні відносини, дискримінація, управління.*

Problem statement. Gender issues and questions related to gender policy in the context of economic relationships are highly relevant in today's world because unfair gender stereotypes, discrimination, and inequality between men and women exist in many areas of life, including the economy. One of the main problems is the unequal access to resources and opportunities in the field of economics. Women often face restrictions when searching for jobs, obtaining higher education, obtaining credit, and accessing financial resources. In addition, women often receive lower wages than men for the same work. Another problem is the unfair distribution of responsibilities for family care and household chores between men and women, which leads women to often choose between career and family life. There is also a problem of a lack of women in high-paying managerial positions and in politics, indicating a lack of equality and opportunities for women in society and the economy. The scientific task of this article is to study gender issues in economics and to search for ways to address these issues. Special emphasis is placed on issues related to ensuring equal opportunities for women and men in the field of economics. Practical tasks that can be solved based on the results of this research include the development of programs and policies aimed at increasing women's employment levels and wages, creating equal opportunities for women in education and access to financial resources, as well as supporting work-life balance between career and personal life.

Analysis of recent research and publications.

The democratization of public life poses modern challenges in addressing gender policy issues. Gender inequality, as well as interrelationships with economic objectives, have been addressed. Many scholars are known for their work in the field of gender inequalities, economics and gender, economic policy and gender studies, namely Bella Abzug, Nancy Freudenberg, Judith Butler, Lauren Bernstein, Rau Batra, Esther Duflo, Raghuram Rajan and others [9; 10]. In addition, such Ukrainian scientists as N. Kobrynska, O. Kiselova, I. Kalinichenko, L. Furs, K. Korosteleva, O. Bondarenko, N. Levchuk, I. Lukianenko, O. Nechiporenko, I. Dronova, O. Havrylychuk, O. Ivanyuta, I. Kyzyma, S. Lyalkov, A. Makhnovets and others also explored gender and gender issues in the economic sphere [1; 3; 5–8]. However, there remain many unresolved issues regarding the interaction of gender policy and economic relations in society, the degree of women's influence on the economy, and limited access to financial resources for businesses, wage levels, and so on.

The aim of this article is to investigate the interconnection of gender issues and economic

relations, analyze gender aspects in the economy, identify gender inequalities in the economic sphere, and examine possible ways to overcome them. The main objective of the article is to provide up-to-date information and existing trends in the field of gender economics and analyze possible ways to improve the situation in this area.

Presentation of the main material. In modern society, gender politics is becoming increasingly important. Every day, we hear about the importance of fighting for equality and combating gender discrimination. However, despite all efforts, gender policy issues still exist, especially in the economic sphere.

One of the main economic problems in gender politics is the injustice in pay. Women receive lower wages than men for performing the same job. This phenomenon is called the "gender pay gap." This problem has far-reaching consequences for women and their families. Low wages for women lead to them earning less and being able to afford less than men [1]. This also means that women have fewer opportunities to accumulate wealth and invest in their own future and the future of their children.

Another economic problem related to gender politics is inequality in employment opportunities [2]. Women often face problems accessing high-paying and highly skilled positions in various sectors of the economy. This is due to traditional notions of gender roles in society, as well as a lack of strong support from government and the business sector. In addition, women also face problems accessing credit and other financial instruments. In many cases, banks and other financial organizations face gender discrimination when making decisions about lending and other financial services. This can lead to women being left without the necessary resources to start and develop their businesses or to invest in business.

All these problems related to the economic aspects of gender politics have a serious impact on the lives of millions of women around the world. They can limit women's access to economic resources and opportunities necessary for achieving financial stability and independence [3]. They can also worsen the quality of life for women and their families and lead to increased inequality between men and women.

Women play an important role in democratic society. They are an integral part of society and have the right to equal participation in political life, decision-making, and lawmaking. Gender equality is one of the fundamental principles of democratic society, enshrined in many international documents [4; 10]. Various directions of gender policy are relevant in modern society, aimed at achieving gender equality

and reducing discrimination based on gender identity. Some of them include:

- equality (aimed at eliminating all forms of discrimination based on gender identity and achieving equality for all people, regardless of their gender identity);
- accessibility (ensuring equal access for all people to resources and services, including education, healthcare, employment, and other forms of social protection);
- representation (increasing the representation of women and other minority gender groups in the political, economic, and social life of society, as well as ensuring their participation in decision-making);
- education and awareness (aimed at increasing awareness of gender equality and discrimination issues, as well as ensuring quality education for all people equally, regardless of their gender identity);
- fighting violence (this direction of gender policy is aimed at combating violence based on gender identity, including domestic violence, violence against women, violence based on sexual orientation and gender identity, and other forms of violence);
- work and income (increasing income levels and improving working conditions for all people, regardless of their gender identity, as well as eliminating gender inequality in pay).

These and other directions of gender policy help to ensure equal opportunities for men and women, for all members of society. Gender policy is relevant and significant in many countries around the world as it aims to create equality and justice for all people, regardless of their gender. However, there are countries where gender policy has become particularly significant, such as Sweden, Iceland, Norway, Canada, Rwanda, and others.

Sweden is often regarded as a leader in gender policy. In 2014, they became the first country to introduce a law on mandatory quotas for women in government. Additionally, regular research and monitoring on gender equality are conducted in Sweden.

Iceland is one of the most gender-equal countries in the world. In 2018, Iceland became the first country to legislate equal pay between men and women.

Norway is also one of the leading countries in gender politics. In 2003, they implemented a quota for women in government and parliament, leading to an increase in the number of women in politics.

Canada is one of the countries that has been actively working to improve gender policy in recent years. In 2018, they introduced a gender equality policy that includes measures to support women in the workplace, prevent violence against women, and expand access to healthcare and education.

Rwanda became the first country in the world where women hold more than 50% of parliamentary seats. Rwanda is actively working to increase women's participation in politics and the economy.

These are just a few examples of countries where gender policy is relevant and significant, but many other countries are also working in this area. Despite the fact that gender policy is recognized by the

majority of countries in the world, gender inequality still exists to varying degrees in many parts of the world. Some countries not only do not recognize gender policy, but are actively denying gender rights and equality.

Saudi Arabia is one of the most conservative countries in the world. There are many restrictions on women's rights in the country, including a ban on driving and a requirement for a husband's consent to obtain education and many other things. In Afghanistan, women face many restrictions on their rights, including limitations on education and employment. In Iran, laws restrict women's rights, including limitations on employment and participation in politics. In Pakistan, women face various forms of violence and discrimination, including honor killings, limitations on education and employment. In Nigeria, women also face various forms of discrimination and violence, including forced marriages, child marriage, domestic violence, and human trafficking.

These are just a few examples of countries where gender inequality still exists and where gender policy is not recognized. However, it should be noted that many other countries also face varying degrees of inequality issues.

The implementation of gender policy directions may face various challenges, including: lack of understanding and support from society and government; insufficient funding; difficulty in measuring progress; cultural differences; limited access to education and information; insufficient participation of women in decision-making; inequality in employment and wages. Some individuals and groups may not accept gender policy and see it as a threat to traditional values. This can lead to resistance and obstacles in implementing gender programs and initiatives.

Although gender policy is recognized by many countries, funding for it may be insufficient for the full implementation of gender programs and initiatives [4].

Measuring progress in implementing gender programs and initiatives can be a challenging task, as the effects of changes may be ambiguous and not always easy to determine. Cultural differences between regions and countries can mean that gender policy is not always universal and may require an individual approach in each case. Access to education and information may be limited for many women and girls, making it difficult for them to participate in gender programs and initiatives [5].

The lack of women in political and economic leadership roles can hinder the implementation of gender programs and initiatives. Inequality in employment and wages between men and women can hinder the achievement of gender equality.

These are just some of the possible problems associated with the implementation of gender policy. Addressing these issues may require a comprehensive approach and interdisciplinary work by various stakeholders.

In recent years, Ukraine has also seen positive modern trends in the development of gender policies aimed at improving the status of women and drawing

attention to issues of gender discrimination [6]. Ukraine has adopted a number of laws aimed at protecting women's rights and combating gender discrimination, such as the Law "On Ensuring Equal Rights and Opportunities for Women and Men," the Law "On Prevention and Combating Domestic Violence," and others. Gender expertise is actively developing in Ukraine, which allows for the evaluation of gender sensitivity in legislation, budget programs, and other political decisions. The representation of women in political life, including the national parliament, municipal authorities, and others, is increasing in our country.

Furthermore, Ukraine has begun to develop and implement gender statistics systems, which allow for the assessment of gender inequality in various areas of life. The media actively covers issues of gender discrimination and violence against women, which contributes to raising public awareness of these problems.

The development of women's entrepreneurship is supported by the state, which contributes to increasing women's economic activity and improving their position in society [7].

These trends indicate that gender policy in Ukraine is actively developing and moving towards achieving gender equality and eliminating gender discrimination. Unfortunately, the war in Ukraine has had a significant impact on gender policy in the country. The conflict has increased the vulnerability of women, especially those living in conflict zones, and exacerbated problems of gender inequality.

In areas within the conflict zone, women often remain without work and means of subsistence, leading to a deterioration of their economic situation. They are also subject to violence, including sexual violence, which is used as a weapon of war. In addition, the war in Ukraine has increased the role of women in peacekeeping operations and humanitarian aid. Women have become more active in peacekeeping missions, including organizations such as the International Committee of the Red Cross, and are providing assistance to refugees and internally displaced persons.

Thus, the war in Ukraine has had a significant impact on gender policy in the country, leading to an increase in the role of women in peacekeeping operations and humanitarian aid, as well as to a strengthening of public awareness of gender issues. However, the war has also exacerbated problems of gender inequality and vulnerability for women in conflict zones.

In the sphere of economic relations, there are numerous gender issues, including unequal opportunities for women and men in obtaining education and professional training, as well as unequal pay. Women are often limited in their choice of profession due to social constraints and stereotypes about the role of women in society, which leads to unequal distribution of resources and opportunities in the economic sphere. On average, women earn less than men, even when they perform the same job. This is due to the presence of a gender pay gap,

which manifests in the difference in pay between male and female positions and discrimination [8].

Furthermore, there are many reasons why men are more likely to occupy high positions in the management system, namely socio-cultural stereotypes, a lack of women candidates for positions, differences in career choice, and insufficient attention to gender equality issues. In society, there are stereotypes that men are better suited for leadership positions than women. These perceptions can lead to discrimination against women in the workplace and limit their opportunities for career advancement. In certain industries and sectors, there is uneven distribution of men and women, leading to a predominance of men in managerial positions. This may be due to the fact that women are often concentrated in other areas of work where opportunities for career advancement are limited.

Some professions are more popular among men, while others are more popular among women. This can lead to men having more work experience and management skills, while women may be less competitive when considered for management positions. Some organizations do not pay enough attention to gender equality issues and do not make sufficient efforts to eliminate discrimination in the workplace and create equal opportunities for all employees. This can perpetuate gender inequalities in the management system. Increasing women's participation in the economy can lead to an increase in Gross Domestic Product (GDP) and a reduction in poverty levels for several reasons. Increasing the number of women in the workforce can contribute to an increase in labor productivity and production. Studies show that increasing women's participation in the economy can lead to a GDP growth of up to 5% [9].

Women typically spend a significant portion of their income on the education and health of their children, which in turn increases the human capital of a country. This can lead to higher levels of education and health among the population and increased labor productivity. Increasing women's participation in the economy can contribute to greater equality and justice in society, which in turn may lead to a reduction in social tension and poverty. Increasing the number of women in business and in leadership positions can lead to greater innovation and diversity in production and a reduction in the risk of financial crises. Overall, increasing women's participation in the economy can lead to more stable and sustainable economic development, which in turn can contribute to reducing poverty and improving the welfare of society.

Governments can also enact laws and programs aimed at eliminating discrimination in the workplace and increasing women's access to education and financial resources. Businesses, in turn, can take measures to create equal opportunities for women and men in the workplace, including increasing the number of women in leadership positions and providing paid leave for childcare. Globalization processes in the world also profoundly affect the

socio-political landscape in all areas of building a democratic society, including gender policy.

In the context of globalization, the trends and prospects for building a modern society in the field of gender policy will be of significant importance for society as a whole, as this will mean more equal opportunities for men and women, as well as improved quality of life and prosperity for all [10].

One of the key trends in gender policy is the increasing awareness of issues related to inequality between men and women, and the need for change to achieve a more just and equal society. This awareness and understanding should lead to more active participation of society in the discussion and development of gender policies, which in turn should lead to more effective solutions.

Another trend is the increasing number of women in leadership positions in various spheres of life, including business, politics, and scientific circles. This will help overcome stereotypes and habits associated with perceptions of women's role in society, and create a more equal and diverse public environment.

One can also expect an increase in the number of programs and projects aimed at supporting women in various areas of life, such as education, healthcare, science, technology, and more. These programs will contribute to eliminating gender discrimination and help women achieve better positions in society. In addition, work will continue to increase awareness and understanding of gender issues among young people. Schools and universities will pay more attention to these issues so that students can understand and address issues of gender equality and discrimination. Thus, modern society should continue to strive to ensure equality and justice for all, regardless of gender, social status, or country.

Conclusion. Gender issues in the context of economic relations emphasize the importance of accounting for gender differences in economic analysis and decision-making to build a more equal, fair, and democratic society. Differences in wages between men and women, inequality in access to financial resources, low levels of female participation in the economy, and obstacles faced by women who wish to start their own businesses in the context of globalization are gradually being leveled. Additionally, increasing women's participation in the economy can lead to GDP growth and poverty reduction through increased labor productivity, human capital enhancement, and reduced social tension. It is

emphasized that there is a need to increase women's participation in the economy and create a more equal and fair society where men and women have equal opportunities and access to resources. This can lead to sustainable and stable economic development, increased social welfare, and reduced poverty levels.

A comprehensive approach is required to address these economic gender issues, including not only government programs and policies but also public campaigns and efforts from the business sector. Furthermore, it is necessary to create equal opportunities and conditions for women in the workforce and financial activity, as well as to increase public awareness and consciousness about these issues.

References:

1. Iryna Kyzyma, Serhiy Lyalkov, Andrii Makhnovets. (2020) Gender Wage Gap in Ukraine: Evidence from Panel Data. *Business: Theory and Practice*. vol. 21, № 2, pp. 534–541.
2. Tsentr ekonomichnoi stratehii (2019) Analitichna zapyska «lak zbilshyty zainiatist zhynoki chomu tse vazhlyvo dlia ukrainskoi ekonomiky. URL: <https://ces.org.ua/gender-paper>.
3. Dronova I., Dronova O. (2020) Gender and Financial Inclusion in Ukraine. *European Journal of Sustainable Development*, vol. 9, № 3, pp. 260–266.
4. Zhinky – emihrantky v Ukraini: problemy ta bariery u dostupi do hidnoi pratsi (2019). Kyiv: Analitichnyi tsentr CEDOS. 44 p. URL: <https://bit.ly/2HBAXws>.
5. Khaminich S., Sokol P., Kurbatska L. (2020) Osvitnii potentsial v konteksti marketynhu osvity. Marketynh osvity v umovakh hlobalizatsiinykh vyklykiv [Educational potential in the context of education marketing. Marketing of education in the face of globalization challenges]: Monohrafiia / Za zah. red. prof. Khaminich S.lu.; Dniprovskiyi natsionalnyi universytet imeni Olesia Honchara. Dnipro: Vyd-vo "Novaldeolohiia", pp. 134–145.
6. Havrylchuk O., Ivanyuta O. (2020) Gender Equality and Economic Growth in Ukraine. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*, vol. 1, № 2, pp. 46–62.
7. Bondarenko O., Levchuk N., Lukianenko I., Nechiporenko O. (2021) Gender Differences in Entrepreneurship: Evidence from Ukraine. *European Journal of Management and Business Economics*, vol. 30, № 1, pp. 37–56.
8. Furs L. (2013) Henderni aspekty pratsevlashtuvannia naselennia Ukrainy [Gender aspects of employment of the population of Ukraine]. *Visnyk NAN Ukrainy*. № 11, pp. 52–58.
9. Rau Batra (2006) Female Labor Force Participation and Economic Development in India: A Review of Evidence and Some Issues. *World Development*. vol. 34, № 3, pp. 417–436.
10. Esther Duflo, Raghuram Rajan (2013) Women Empowerment and Economic Development. *Journal of Economic Literature*, vol. 51, № 4, pp. 1051–1079.

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 366.012.32:355.48(470+571]+477)

DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-1-17>

Онишко С.В.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри фінансових ринків та технологій
Державного податкового університету

Добрянська Н.Б.

здобувачка PhD
Державного податкового університету

Onyshko Svitlana

Doctor of Economics, Professor,
Professor at the Department of Financial Markets and Technologies
State Tax University

Dobranska Natalya

PhD Student
State Tax University

ФІНАНСОВА ПОВЕДІНКА ДОМОГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ДОВГОСТРОКОВИХ ТРЕНДІВ ПІСЛЯВОЄННОГО РОЗВИТКУ

FINANCIAL BEHAVIOR OF HOUSEHOLDS OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF MILITARY AGGRESSION AND ITS IMPACT ON THE FORMATION OF LONG-TERM TRENDS OF POST-WAR DEVELOPMENT

У статті проаналізовано фінансову поведінку домогосподарств в Україні в умовах нестабільної соціально-економічної ситуації, спричиненої військовою агресією з боку росії. Особливу увагу приділено висвітленню проблеми заощаджувальної поведінки, зважаючи, що заощадження населення є внутрішнім фінансовим потенціалом економіки, що в нинішніх умовах набуло підвищеної актуальності. Проаналізовано динаміку сукупних доходів, динаміку та структуру сукупних витрат, темпи приросту та питому вагу заощаджень домогосподарств у 2013–2021 рр. Визначено залежність фінансової поведінки домогосподарств у 2022 році від оцінки рівня добробуту, індексу споживчих настроїв, індексу поточного становища та індексу економічних очікувань. Окреслено ряд проблем, які перешкоджають залученню заощаджень домогосподарств в економіку України та запропоновано основні напрями їх подолання.

Ключові слова: фінансова поведінка, домогосподарства, фінансове становище, заощадження, доходи, витрати, індекси споживчих настроїв, залучення інвестицій.

The article analyzes the financial behavior of households in Ukraine in the conditions of an unstable socio-economic situation caused by military aggression on the part of Russia. Special attention is paid to highlighting the problem of saving behavior, considering that the savings of the population is the internal financial potential of the economy, which has become more relevant in the current conditions. The dynamics of aggregate incomes, the dynamics and structure of aggregate expenditures, growth rates, and the specific weight of household savings in 2013–2021 were analyzed. The dependence of the financial behavior of households in 2022 on the assessment of the level of well-being, the index of consumer sentiment, the index of the current situation and the index of economic expectations was determined. A number of problems that prevent the attraction of household savings into the economy of

Ukraine are outlined, and the main ways to overcome them are proposed. The essence of the financial behavior of households has been clarified, the dynamics of savings in their incomes have been analyzed and, on this basis, the modern trends of changes in such behavior and the possibility of increasing the level of savings through the prism of their relationship and role as a financial source of post-war recovery have been identified. The information obtained as a result of surveys of households regarding the level of their well-being was analyzed for the further assessment of the financial behavior of households in Ukraine at the current stage. Operational information about the mood in society, consumer preferences and saving behavior of the population is provided. The problems that prevent the effective formation of financial resources of households and their investment in the country's economy are outlined. The state of financial behavior of households is analyzed in the context of outlined problems related to attracting household savings to the economy of Ukraine, and the most priority directions for overcoming them are given. There are ways to optimize certain aspects of the financial behavior of households and to direct it to the harmonization and positive dynamics of private and national interests.

Key words: financial behavior, households, financial situation, savings, income, costs, indices of consumer sentiment, investment attraction.

Постановка проблеми. Фінанси домашніх господарств є одним з ключових елементів фінансової системи країни, яка розглядається у світі як пусковий механізм підтримки макроекономічної та фінансової стабільності соціально-економічного розвитку країни [1]. Взаємодіючи з державою, організаціями, підприємствами, інститутами ринку фінансових послуг, домогосподарства виступають важливими суб'єктами фінансових відносин. Розміщуючи особисті заощадження на депозитних рахунках, інвестуючи їх в цінні папери, домогосподарства забезпечують насичення ресурсами фінансового ринку, що є невід'ємною передумовою стійких темпів економічного зростання держави і, як наслідок, підвищення добробуту населення.

За таких умов особливої ваги набуває питання фінансового становища домогосподарств, адже саме цей стан постає вирішальним чинником як їх функціонування, так і спроможності перетворювати свої заощадження в інвестиції, зміцнюючи таким чином фінансову систему держави та впливаючи загалом на соціально-економічний розвиток.

В той же час, поряд із окресленими залежностями, існують й інші фундаментальні передумови їх ефективності. Мова йде про готовність домогосподарств до відповідних дій, про їх адекватну поведінку, яка в загальному розумінні розглядають як форму зв'язку, взаємодії організму з оточуючими умовами. Цілком очевидно, що зазначена поведінка здатна як сприяти позитивному вирішенню зазначених завдань, так і навпаки, бути деструктивною щодо них. Власне це реакція домогосподарств на сформоване середовище, у якому вони існують та функціонують, тобто на сукупність значної кількості об'єктивних і суб'єктивних обставин. У зв'язку з цим проблематика поведінки суб'єкта господарювання набуває надзвичайної складності та одночасно високої динамічності. При цьому слід погодитися з думкою про те, що «Дослідження фінансів домогосподарств, їх фінансових відносин та інтересів мають бути пріоритетними, оскільки зростання добробуту кожної окремої людини укріплює всю систему держави та зменшує негативні прояви, які притаманні кожній сфері, де взаємодіють різні економічні суб'єкти» [2, с. 154].

Відтак, проблема постає як пошук шляхів оптимізації фінансової поведінки домогосподарств України у площині як сприяння зростанню їх до-

ходів, так і залученню їх заощаджень в економіку держави в якості інвестиційних ресурсів. Природно, що такий пошук особливо актуалізується в сучасних умовах. Через повномасштабне вторгнення росії економіка України зазнає колосальних збитків та суттєвого скорочення притоку прямих іноземних інвестицій, що перешкоджає і зростанню доходів, і формуванню заощаджень домогосподарств та відповідно формуванню їх адекватної поведінки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фінансова поведінка домашніх господарств, зокрема, у частині їх заощаджень, була предметом дослідження найвідоміших шкіл економічної теорії. Різні аспекти, пов'язані з дослідженням фінансової поведінки домогосподарств, становлять предмет досліджень багатьох зарубіжних і вітчизняних науковців. Серед зарубіжних вчених: З. Боді, Дж. Дьюзенберрі, Г. Катон, Дж. Кейнс, А. Маршалл, Р. Мертон, Дж. Мінсер, Ф. Модільяні, Д. Рікардо, П. Самуельсон, А. Сміт, Дж. Тобін, М. Фрідмен, Дж. Хікс, Дж. Ходжсон, Т. Шульц та інші.

Перші фундаментальні роботи відносяться до початку ХХ століття. Зокрема, Дж. М. Кейнс розробив модель, що пояснює зв'язок заощаджень з поточними наявними доходами населення. На його думку, розподіл доходу на споживання та заощадження залежить не від об'єктивних параметрів економічної кон'юнктури (поточної ставки відсотка), а від переваг споживача, тобто чинників суб'єктивного характеру. Згідно теорії абсолютного доходу Дж. М. Кейнса, основним фактором, що спонукає населення до збільшення заощаджень є зростаючий дохід. При цьому, при скороченні останнього, насамперед зменшуються заощадження, а споживання є незмінним [3].

Американський економіст Дж. Дьюзенберрі в своїх роботах розвивав положення кейнсіанської економічної доктрини, досліджував питання щодо поведінки споживача, економічних циклів, грошового обігу та кредиту. Він висловив гіпотезу у тому, що «у довгостроковому періоді схильність до заощаджень є величиною постійною і реагує на зміну поточного доходу» [4].

Фактори, що впливають на фінансову поведінку домогосподарств, були предметом дослідження Дж. Катона. Він зробив висновок, що

люди особливим чином ухвалюють рішення щодо заощаджень, а також інакше розуміють заощадження, ніж економісти, наприклад: виплати за споживчими кредитами економісти відносять до заощаджень, а домогосподарства розглядають їх як споживчі витрати [5].

Серед вітчизняних науковців, які присвятили свої роботи окресленим питанням, слід виділити: В. Андрущенко, В. Базилевича, О. Ватаманюка, А. Вдовиченка, Т. Кізіму, В. Коваленко, І. Ломачинську, С. Панчишина, М. Руду, О. Чорну, С. Юрія та інших.

Питання зміни фінансової поведінки домогосподарств під впливом реалій сьогодення перебуває у фокусі уваги таких вітчизняних науковців, як: М. Біль, М. Дубина, Ю. Коваленко, І. Колобердянко, О. Мелих, О. Піжук, О. Попело, Ю. Станкевич, Н. Холявко, А. Тарасенко, С. Шкарлет.

Так, Т. Кізіма розглядає фінансову поведінку як діяльність членів домогосподарств, пов'язану із розподілом та перерозподілом грошових ресурсів, у результаті чого відбувається формування відповідних фондів грошових коштів (індивідуальних та спільних фондів споживання, резервного фонду, фонду заощаджень тощо) та їх використання на певні цілі [6].

О. Мелих вважає, що економічна роль заощаджень у фінансовій поведінці домогосподарств полягає в тому, що вони сприяють кращому задоволенню та урізноманітненню потреб населення й безпосередньо впливають на обсяг ВВП та національного доходу, а їх фінансова роль виражається безпосереднім впливом на фінансовий ринок [7].

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. Віддаючи належне напрацюванням вчених-економістів з даної проблематики, слід зауважити про потребу її подальшого дослідження. Праці вищезгаданих дослідників, статистичні дані та аналітичні розробки сформували ґрунтовну основу для дослідження даного питання. Проте об'єктивно, що сьогодні недостатньо вивченими залишаються питання ефективного залучення заощаджень домогосподарств в економіку України в умовах війни та у період післявоєнного відновлення. Активний пошук фінансових ресурсів власне як для функціонування й розвитку домогосподарств, так і їх участі в повоєнному відновленні економіки країни не може залишити осторонь проблематику фінансової поведінки домогосподарств та її змін, враховуючи вплив військової агресії з боку росії.

Постановка завдання. Виважена поведінка домашніх господарств щодо накопичення та використання власних фінансових ресурсів є запорукою формування сукупних заощаджень, що здатні не лише забезпечити їх фінансове благополуччя, але й стати вагомим джерелом інвестицій в економіку країни.

Саме тому, мета статті полягає у з'ясуванні сутності фінансової поведінки домогосподарств, аналізі динаміки заощаджень у їх доходах та виявленні на цій основі сучасних тенденцій змін такої поведінки та можливостей підвищення рівня

заощаджень крізь призму їх взаємозв'язку та ролі як фінансового джерела повоєнного відновлення.

Виклад основного матеріалу. Домогосподарства є специфічним об'єктом аналізу споживчої поведінки, оскільки згідно до їх визначення, вони можуть представлятися одним індивідом-носієм певних потреб, або включати п'ять і більше осіб, які об'єднують свої кошти та спільно їх витрачають, виступаючи у такий спосіб важливими економічними агентами.

Рішення домогосподарств щодо розподілу їх доходів на витрати і заощадження, а також способи використання останніх природно впливають на економічні можливості держави та підвищення добробуту самого населення. Така роль домогосподарств особливо зростає в умовах нестабільності, коли раціональність їхніх рішень, виваженість поведінки та рівень фінансової освіченості, яким вони володіють, впливає на стійкість рівноваги соціально-економічної і фінансової систем, визначає напрями розподілу доходів та їх використання, формування вартості основних ресурсів, заощаджень та їх інвестиційне спрямування.

Очевидно, що в ряду чинників, які здійснюють найбільший вплив на фінансову поведінку домогосподарств, спричиняє політична та соціально-економічна ситуація в країні. Це вимагає особливої уваги до розуміння процесу формування певних стереотипів фінансової поведінки населення за різних фінансово-економічних, політичних, соціально-психологічних умов у країні, що зазнають різних динаміки, а також варіацій перелічених чинників у їх органічній єдності, зумовлюючи різноманітні причинно-наслідкові зв'язки з поведінкою суб'єктів економіки.

До прикладу, коли національна економіка знаходиться на підйомі, рівень безробіття є низьким, валютний курс – стійким, у людей виникає впевненість у завтрашньому дні і вони вільніше поводяться з грошима – сміливіше йдуть на витрату зроблених раніше заощаджень, купують у кредит, щедріше ставляться до витрат на розваги. Однак, на разі, коли наша країна перебуває в умовах: військової агресії, остання стала причиною виникнення цілого ряду економічних труднощів: падіння курсу національної валюти, зниження реальних доходів населення, зростання безробіття. Не менш важливою проблемою є забезпечення зростання рівня зайнятості, сприяння працевлаштування та розробка ефективних програм соціального захисту населення, яке втратило роботу [8, с. 162].

Все ці фактори змушують домогосподарства відкладати гроші "на чорний день", робити заощадження на майбутнє, що уповільнює обіг грошей, зменшує обсяги продажів на ринку й таким чином ще більше підсилює негативні тенденції в економіці.

Однак зазначені взаємозв'язки, жодним чином не спростовують та не відкидають важливості виокремлення базових чинників, що формують ту чи іншу стратегію фінансової поведінки домогосподарств. Рівень наявних доходів залишається

ся об'єктивним та визначальним чинником рівня життя домогосподарств й можливостей їх участі в розвитку суспільного сектора.

Зважаючи на це, варто зазначити, що аналізуючи дані Державного комітету статистики України, можемо спостерігати, що до 2014 р. заощадження українців формувалися на достатньо високому рівні. Так, у 2013 році частка заощаджень домогосподарств України становила 14,5% їх сукупних середньомісячних доходів (табл. 1). Однак, у 2015 р., під впливом фінансово-політичних потрясінь, питома вага заощаджень у доходах домогосподарств знизилась до 5,35%, що на 9,15 в. п. менше порівняно з 2013 р. У період 2014–2021 рр. в Україні спостерігалось суттєве зростання середньомісячних сукупних ресурсів домогосподарств (з 4563,3 грн. до 14490,57 грн. Проте, варто наголосити, що стрімке зростання доходів населення в цей час було спричинене інфляційними процесами (рівень цін у 2014–2015 рр. зріс на 68,2%) та підвищенням рівня мінімальної заробітної плати у 2017-2019 рр. на 2573 грн. (з 1600 грн. до 4173 грн.) [7].

Як наслідок, реальні доходи населення, незважаючи на зростання, не досягли рівня 2013 р., що негативно відобразилося на заощаджувальній поведінці домогосподарств.

Негативні тенденції, які сьогодні спостерігаються у фінансовій поведінці домогосподарств України, спричинені низкою чинників, серед яких низькі темпи зростання реальних доходів населення, вимушене переселення, необхідність відновлення майна, лікування й реабілітації постраждалих внаслідок військових дій, зростання витрат на житлово-комунальні послуги, які за підсумками 2021 р. становлять 15,2% сукупних витрат сімей, що на 5,7 п вище ніж у 2013 році [9].

У контексті відповіді на питання причин негативних тенденцій у фінансовій поведінці домогосподарств, принциповою є думка, що низькі доходи

основної маси працюючого населення внаслідок несправедливого розподілу національного доходу, загалом постає провідним чинником базової соціальної незахищеності громадян [10, с. 111].

За даними Звіту про фінансову стабільність Національного банку України, схваленого Комітетом з фінансової стабільності 23 грудня 2022 року, сукупні доходи у 2022 році підтримувалися значними виплатами військовим. Від початку повномасштабної війни через вимушені масові звільнення, еміграцію, простої та скорочення заробітної плати різко скоротилися доходи працівників приватного сектору. Однак, втрати цих доходів значною мірою компенсувалися стрімким зростанням доходів військовослужбовців. Дані про сплату єдиного соціального внеску та податку на доходи фізичних осіб вказують на те, що номінальні доходи населення в II півріччі 2022 року перевищували минулорічні показники. Цілком ймовірно, що значні виплати військовим забезпечили збереження сукупних реальних доходів населення на рівні 2021 року, не зважаючи на прискорення інфляції. Зростання номінальних доходів та ощадлива споживча поведінка домогосподарств сприяли зростанню заощаджень.

Аналізуючи зміни у фінансовій поведінці у другому півріччі 2022 року, можна помітити збільшення обсягів заощаджень в іноземній валюті – як готівкових, так і безготівкових. Ймовірно, це було пов'язано з тим, що у липні 2022 року НБУ послабив валютні обмеження та дозволив населенню купувати іноземну валюту за умови її розміщення на строковому депозиті. Тож обсяги строкових депозитів в іноземній валюті почали зростати вперше від початку коронакризи. Залишки коштів населення на гривневих рахунках у банках також зростали. Це практично повністю було зумовлене збільшенням залишків на рахунках військових та отримувачів соціальних виплат. Зростання частки зарплат військових у загальних доходах та заоща-

Таблиця 1

Динаміка сукупних доходів, витрат і заощаджень домогосподарств України у 2013–2021 рр.

(без урахування тимчасово окупованих територій Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та з 2014 року частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях)

Рік	Сукупні витрати		Сукупні ресурси		Заощадження домогосподарств		Питома вага заощаджень, %
	в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство						
	грн.	Темпи приросту, %	грн.	Темпи приросту, %	грн.	Темпи приросту, %	
2013	3820,30		4470,50		650,20		14,54
2014	4048,90	5,98	4563,30	2,08	514,40	-20,89	11,27
2015	4952,00	22,30	5231,70	14,65	279,70	-45,63	5,35
2016	5720,40	15,52	6238,80	19,25	518,40	85,34	8,31
2017	7139,41	24,81	8165,20	30,88	1025,79	97,88	12,56
2018	8308,61	16,38	9904,06	21,30	1595,45	55,53	16,11
2019	9670,20	16,39	12118,50	22,36	2448,30	53,46	20,20
2020	9523,57	-1,52	12432,27	2,59	2908,70	18,80	23,40
2021	11243,35	18,06	14490,57	16,56	3247,22	11,64	22,41

Джерело: складено автором на основі [9]

дження населення визначило концентрацію припливу коштів домогосподарств у державних банках, які обслуговують відповідні рахунки. Помітно зріс попит населення на державні цінні папери. Однак обсяги цих інвестицій залишаються досить низькими порівняно з іншими інструментами заощаджень [11].

Для оцінки фінансової поведінки домогосподарств України на сучасному етапі, поряд із статистичними даними, доцільно скористатися інформацією, отриманою внаслідок опитувань домогосподарств щодо рівня їх добробуту. Дані показники відображають оперативну інформацію про настрої в суспільстві, споживчі переваги та заощаджувальну поведінку населення.

За даними щоквартальних опитувань населення (вік 16+) провідної української дослідної організації ТОВ «Інфо Сапієнс» (Info Sapiens), свій рівень добробуту нижчим за середній вважають 58% опитаних. Зниження даного показника вплинуло на заощаджувальну поведінку домогосподарств. Після початку масових ракетних обстрілів погіршилися споживчі настрої та знизився попит на товари тривалого вжитку. Пригніченим також залишається споживчий попит.

Російська агресія на території України стала причиною зниження й кредитного попиту як на споживчі незабезпечені позики, так і на іпотеку. Оскільки кредитний портфель населення зменшився, а номінальні доходи зросли, кредитне навантаження домогосподарств дещо скоротилося. Проте така тенденція не була рівномірною. Для багатьох домогосподарств втрата роботи чи скорочення зарплати в приватному секторі значно ускладнило обслуговування кредитів [12]. Боржники, які найбільше постраждали від наслідків ві-

йни, масово припинили обслуговування позик, насамперед споживчих. Для таких домогосподарств відновлення доступу до позик, передусім банківських, буде вкрай ускладненим.

Важливим аспектом аналізу фінансової поведінки домогосподарств є використання індексів, які відображають поточне становище, споживчі настрої та економічні очікування українців. За даними Info Sapiens в кінці 2022 року Індекс споживчих настроїв населення України зменшився на 1,3 пункти та становив 83,9 п. Зменшення спостерігається і щодо індексів очікуваних змін власного матеріального становища та доцільності витратитися на значну кількість товарів. Збільшився Індекс очікуваного розвитку економіки впродовж найближчого часу.

У грудні 2022 року Індекс споживчих настроїв (ІСН) склав 83,9 п., що на 1,3 п. нижче за показник листопада цього року. Індекс поточного становища (ІПС) зменшився і склав 40,9, що на 3,8 п. нижче за рівень цього показника у листопаді. Індекс економічних очікувань (ІЕО) у грудні зріс на 0,3 п. та складає 112,5 п. [12].

Аналізуючи результати досліджень Info Sapiens, можемо прослідкувати зміни у поведінці домогосподарств, які пов'язані з вищевказаними індексами. Так, у кінці 2022 року не зафіксовано жодних статистичних змін в індексах. Протягом останніх місяців 2022 року Індекс споживчих настроїв залишався стабільним. Така ситуація характерна для цього періоду і в попередні роки. 2022 рік характеризувався вищим Індексом споживчих настроїв порівняно з попереднім роком, хоча і залишається в негативних значеннях (менше за 100). Це частково пояснюється ситуацією, викликану війною. З початку повномасштабного вторгнення індекси

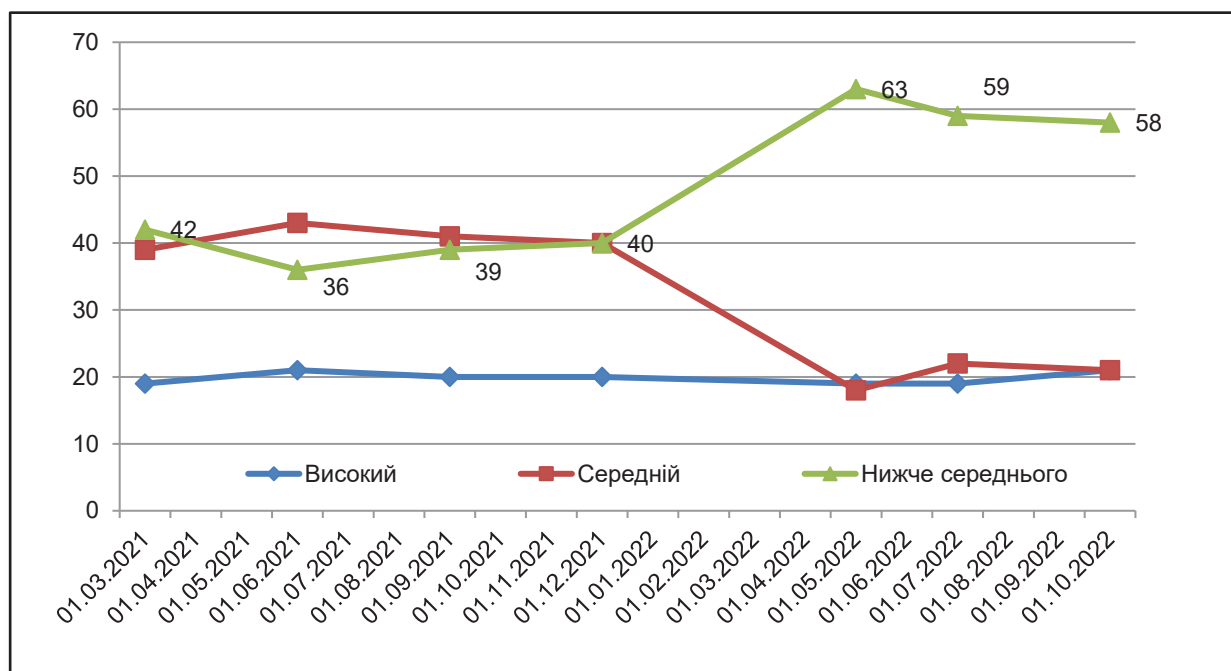


Рис. 1. Оцінка домогосподарствами рівня свого добробуту, %

Джерело: складено автором на основі [12]

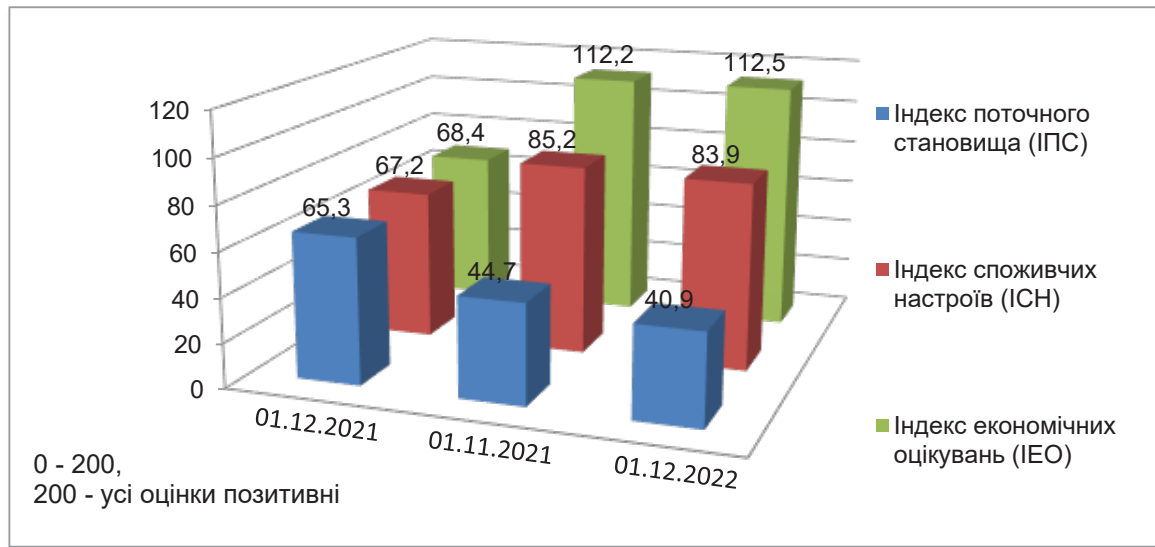


Рис. 2. Динаміка індексів споживчих настроїв домогосподарств в Україні

Джерело: складено автором на основі даних [12]

поточного становища та економічних очікувань, які зазвичай мали близькі значення, вперше не збіглися: населення впевнено чекає кращого майбутнього, не зважаючи на знижену оцінку поточного становища. Цілком ймовірно, що ці індекси вказують на дві різні ситуації: очікування майбутнього під час війни та очікування після її завершення (оскільки за даними опитувань більшість українців вірить в перемогу, то після перемоги України). Якщо співставити показники даних індексів та показники, які характеризують фінансову поведінку домогосподарств, можна пояснити зміни, які відбуваються у поведінці домогосподарств щодо споживання та заощадження ресурсів.

На сьогодні для понад 50% українських домогосподарств найоптимальнішою формою заощаджень є готівка. Так, за підсумками 2019 р. у готівковому вигляді населення зберігало 350 млрд. грн., тоді як сукупні депозити останніх не перевищували 576,1 млрд. грн. Підвищення рівня організованих заощаджень домогосподарств, які є джерелом внутрішніх інвестицій в національну економіку, є свідченням не лише зростання добробуту населення, але й зміцнення довіри до фінансово-кредитних інститутів та держави в цілому. В сучасних умовах заощадження домогосподарств забезпечують так звані «запас міцності» за умов кризи, що стабілізує соціально-економічну ситуацію і позитивно впливає на перспективи інноваційного розвитку країни [13, с. 5].

Схильність до заощаджень й можливість її реалізувати в сприятливих інституційних умовах, що підтверджує індекс економічних очікувань, активна участь населення в ощадних, кредитних та страхових програмах, задають довгострокові тренди фінансової поведінки домогосподарств.

Продовжуючи визначення трендів фінансової поведінки домогосподарств у сучасних умовах, важливо враховувати, що вона характеризується не лише доходами, але й витратами (табл. 2).

Впродовж останніх років в Україні майже 50% витрат домогосподарств спрямовується на придбання продуктів харчування, в той час, як у розвинених країнах домогосподарства витрачають на харчування не більше 30% сукупного доходу сім'ї [7]. Зазначена тенденція є однією з причин низької схильності українців до заощаджень та негативно впливає на економіку країни. У 2021 році різко зросли темпи приросту витрат порівняно з попереднім роком (табл. 2), але на питому вагу заощаджень це вплинуло не суттєво. Порівняно з 2020 роком вони зменшилися лише на 1%. Витрати на продукти харчування у 2021 порівняно з 2014 роком зменшилися на 6%, що слід оцінити як позитивну тенденцію, яка вказує на більш виважені кроки у фінансовій поведінці домогосподарств.

Сьогодні існує ряд проблем, які перешкоджають ефективному формуванню фінансових ресурсів домогосподарств та інвестуванню їх в економіку країни. Такими перешкодами є проблеми як самих домогосподарств (низький рівень фінансового добробуту й фінансової грамотності, недовіра до фінансової системи держави через періодичне знецінення національної валюти й ліквідацію фінансових установ), так і проблеми загальнодержавного рівня (відсутність повноцінного вітчизняного фінансового ринку, обмежена пропозиція фінансових послуг та спеціальних інвестиційних інструментів, недостатнє державне стимулювання ощадно-інвестиційної поведінки домогосподарств тощо).

Проаналізувавши стан фінансової поведінки домогосподарств в контексті окреслених проблем, пов'язаних із залученням заощаджень домогосподарств в економіку України, можна виділити найбільш пріоритетні напрями їх подолання:

– підвищення фінансової грамотності домогосподарств шляхом проведення просвітницької та роз'яснювальної роботи серед населення щодо можливостей та переваг фінансових інструментів;

Динаміка структури сукупних витрат домогосподарств України у 2013–2021 рр.
(без урахування тимчасово окупованих територій Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та з 2014 року частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях)

Рік	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Сукупні витрати в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство, грн.	3820,3	4048,9	4952,0	5720,4	7139,4	8308,6	9670,2	9523,6	11243,4
Темпи приросту, %		5,98	22,30	15,52	24,81	16,38	16,39	-1,52	18,06
Структура сукупних витрат домогосподарств (відсотків)									
Споживчі сукупні витрати	90,2	91,6	92,9	93,2	92,9	92,0	91,3	91,4	91,3
продукти харчування та безалкогольні напої	50,1	51,9	53,1	49,8	47,9	47,7	46,6	48,1	45,9
алкогольні напої, тютюнові вироби	3,5	3,4	3,3	2,9	3,1	3,4	3,2	3,5	3,0
непродовольчі товари та послуги	36,6	36,3	36,5	40,5	41,9	40,9	41,5	39,8	42,4

Джерело: складено автором на основі [9]

– створення умов для поступового підвищення добробуту населення шляхом стабілізації темпів зростання реальних доходів домогосподарств;

– розширення переліку фінансових послуг та продуктів, що надаються домогосподарствам-власникам тимчасово вільних грошових коштів;

– удосконалення чинної системи захисту фінансових ресурсів населення, розміщених на фінансовому ринку;

– посилення довіри домогосподарств до банківської системи України;

– оптимізацію податкової політики в сфері оподаткування інвестиційних доходів домогосподарств;

– створення належних умов для диверсифікації портфеля заощаджень домогосподарств.

Висновки. Оцінка стану та з'ясування причин зміни фінансової поведінки домогосподарств лежить у площині взаємозв'язку тенденцій такої поведінки і можливостей підвищення рівня заощаджень. Будучи синтезом змін, що відбуваються у середовищі функціонування суспільних відносин, фінансова поведінка перебуває у безпосередній залежності від рівня наявних доходів, фінансового стану домогосподарств. Це суттєво визначає заощаджувальний аспект фінансової поведінки, а відтак, і роль та можливості участі домогосподарств у соціально-економічному розвитку держави.

Посилення російської військової агресії на Сході України з 2014 року, пандемія COVID-19 та повномасштабне вторгнення росії в Україну, що спричинили посилення існуючих труднощів у вітчизняній економіці (зростання безробіття, зниження рівня реальної заробітної плати, зростання інфляції, зниження курсу національної валюти), негативно позначилися на структурі доходів і витрат, а відтак, на спрямованості фінансової поведінки населення загалом. Мінімізація негативних тенденцій

у сфері формування і використання заощаджень домогосподарств для повоєнного відновлення лежить у площині спрямування державної політики на узгодження процесів, пов'язаних із реалізацією інвестиційного потенціалу населення та підвищення рівня його життя. Практично це означатиме оптимізацію окремих аспектів фінансової поведінки домогосподарств та її спрямування на гармонізацію і позитивну динаміку приватних і загальнодержавних інтересів.

Бібліографічний список:

- Hoffmann S. Clash of Globalizations. *Foreign Affairs*. July/ August 2002. URL: http://www.cfr.org/publication/4763/clash_of_globalization.htm (дата звернення: 04.02.2023).
- Лактіонова О. А. Оцінка фінансової гнучкості домогосподарств. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2015. Вип. 12. Ч. 2. С. 153–159.
- Keynes J. *The General Theory of Employment, Interest and Money*. London : *Macmillan*. 1936
- Gabillard, J., Duesenberry J. *Income, Saving and Theory of Consumer Behavior*. Cambridge, MA : *Harvard University Press*, 1953. 777 с.
- Katona G. *Psychological Analysis of Economic Behaviour*. N. Y. : *McGrow-Hill*, 1951.
- Кізіма Т. О. Фінансова поведінка домогосподарств: сутність, класифікація, чинники впливу. *Світ фінансів*. 2011. № 4. С. 19–26.
- Мелих О. Ю. Заощадження домогосподарств: соціально-економічна роль та тенденції формування в Україні. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.11.67>.
- Онишко С. В. До питання модернізації надання суспільних благ у контексті фінансової спроможності домогосподарств. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Економіка». Вип. 3(31). 2016. С. 158–163.
- Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 04.02.2023).
- Топішко Н. П. Система соціального захисту населення як соціальний, економічний та політичний стабілізатор розвитку суспільства. *Наукові записки Національного*

університету «Острозька академія», Серія «Економіка»: збірник наукових праць / ред. кол. : І. Д. Пасічник, О. І. Дем'янчук. Острог : Видавництво національного університету «Острозька академія». 2014. Вип. 27. С. 108–113.

11. Офіційний сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2022-H2.pdf?v=4 (дата звернення: 04.02.2023).
12. Індеси споживчих настроїв. URL: <https://www.sapiens.com.ua/ua/publication-single-page?id=253#> (дата звернення: 04.02.2023).
13. Власова І. В. Заощадження населення як інвестиційний ресурс економіки. *Економіка: теорія та практика*. 2016. № 2. С. 4–7.

References:

1. Hoffmann S. (2002) Clash of Globalizations. *Foreign Affairs*. Available at: http://www.cfr.org/publication/4763/clash_of_globalization.htm (accessed 04 February 2023).
2. Laktionova O. A. (2015) Otsinka finansovoyi hnuchkosti domohospodarstv [Assessment of the financial flexibility of households]. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series "Economic Sciences"*. Issue 12. Part 2. P. 153–159.
3. Keynes J. (1936) *The General Theory of Employment, Interest and Money*. London : *Macmillan*.
4. Gabillard, J., Duesenberry, J. S. (1953). Income, saving and the theory of consumer behavior. *Revue Économique*. 4(5), 777.
5. Katona G. (1951). *Psychological analysis of economic behavior*. McGraw Hill.
6. Kizyma T. A. (2011) Finansova povedinka domohospodarstv: sutnist', klasyfikatsiia, chynnyky vplyvu [Financial behavior of households: nature, classification, factors of influence]. *Svit finansiv*, № 4, pp. 19–26.
7. Melykh O. Yu. (2020). Zaoshchadzheniya domohospodarstv: sotsial'no-ekonomichna rol' ta tendentsiyi formuvannya v Ukraini [Household savings: socio-economic role and formation trends in Ukraine]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, 11.
8. Onyshko S. V. (2016) Do pytannya modernizatsiyi nadannya suspil'nykh blah u konteksti finansovoyi spromozhnosti domohospodarstv [To the issue of modernization of the provision of public goods in the context of the financial capacity of households]. *Scientific notes of the National University "Ostroh Academy". "Economy" series*. Vol. 3(31). 2016. P. 158–163
9. Official site of the State Statistics Service of Ukraine (2023). Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 04 February 2023).
10. Topishko N. P. (2014) Systema sotsial'noho zakhystu naselennya yak sotsial'nyy, ekonomichnyy ta politychnyy stabilizator rozvytku suspil'stva [The system of social protection of the population as a social, economic and political stabilizer of the development of society]. *Scientific notes of the National University "Ostroh Academy", Series "Economics": a collection of scientific works* / ed. number: I. D. Pasichnik, O. I. Demyanchuk. Ostrog: Publishing House of the National University "Ostroh Academy". Issue 27. P. 108–113.
11. Official site of the National Bank of Ukraine (2023). Available at: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2022-H2.pdf?v=4 (accessed 04 February 2023).
12. Indices of consumer sentiment (2023). Available at: <https://www.sapiens.com.ua/ua/publication-single-page?id=253#> (accessed 04 February 2023).
13. Vlasova I. V. (2016) Zaoshchadzheniya naselennya yak investytsiyyny resurs ekonomiky [Population savings as an investment resource of the economy]. *Ekonomika: teoriia ta praktyka*, vol. 2, pp. 4–7.

Фрадинський О.А.

кандидат економічних наук, доцент, старший науковий співробітник,
завідувач відділу розвитку митної справи
Науково-дослідного інституту фінансової політики
Державного податкового університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9093-5026>

Fradynskiy Oleksandr

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Researcher at the Department of Development of Customs Affairs,
Research Institute of Financial Policy
of the State Tax University

ПОДАТКОВА АМНІСТІЯ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ТА РЕЗУЛЬТАТИ

TAX AMNESTY IN UKRAINE: FEATURES AND RESULTS

Стаття присвячена дослідженню особливостей проведення податкової амністії в Україні. Здійснено класифікацію амністій у господарській активності (податкова амністія, амністія капіталів, економічна амністія) та зроблено висновок, що за своєю суттю український варіант амністії відноситься до економічних амністій. Узагальнено досвід найбільш успішних у цій сфері зарубіжних країн (Індонезія, Аргентина, Республіка Казахстан, Італія). Охарактеризовано фіскальну, регуляторну, інвестиційну і соціальну функції податкової амністії та узагальнено характерні особливості її здійснення в Україні. Висловлено думку про те, що не дивлячись на можливі позитивні вигоди в ході проведення податкової амністії, вона суперечить окремим положенням Конституції України та принципам оподаткування, які відображені в Податковому кодексі. З'ясовано, що за результатами проведення податкової амністії, її не можна вважати успішною, зважаючи на фінансові очікування, які були на початку її запровадження та на реальні досягнуті результати. це давно назрілий об'єктивний процес, який вимагає своєї реалізації в Україні. Зроблено висновок, що не дивлячись на назрілу потребу в проведенні податкової амністії в Україні, невдача була обумовлена невірно обраним часом її проведення; відсутністю суттєвих змін у чинному фіскальному законодавстві, довіри до вітчизняної судової системи, ефективної боротьби з корупцією; ведення активної масово-роз'яснювальної роботи серед суспільства.

Ключові слова: податки, податкова амністія, тіньова економіка, бюджет, економічні правопорушення, інвестиції.

The article is devoted to the study of the peculiarities of tax amnesty in Ukraine. In the course of the research, it was found that tax amnesty is not only a need for the socio-economic life of society, but also the implementation of the pre-election program of the current government. It is emphasized that this is the first comprehensive attempt to implement tax amnesty in practice as a tool of financial and tax regulation of the economy. The classification of amnesties in economic activity (tax amnesty, capital amnesty, economic amnesty) was carried out and it was concluded that the Ukrainian version of the amnesty belongs to economic amnesties. The experience of the most successful foreign countries in this field (Indonesia, Argentina, the Republic of Kazakhstan, Italy) was studied. It has been established that world practice proves that the economic benefit of the state during the amnesty can be realized in 3 main ways: depositing legalized funds by declarants in interest-free deposits in state banks for a specified period of time; payment of a one-time tax, which is either equal to the basic rate of income tax, or, as is very often the case in practice, much lower (by 2–3 times) than the basic level; the purchase of government debt securities (usually bonds) with a long period of rotation on the conditions of the absence of fines or the payment of a fixed tax at a small rate. The fiscal, regulatory, investment and social functions of the tax amnesty are characterized and the characteristic features of its implementation in Ukraine are summarized. The opinion was expressed that, despite possible positive benefits in the course of the tax amnesty, it contradicts certain provisions of the Constitution of Ukraine and the principles of taxation, which are reflected in the Tax Code, and may lead to negative expectations among domestic businesses. It was found that according to the results of the tax amnesty, it cannot be considered successful, taking into account the financial expectations that were at the beginning of its implementation and the actual results achieved. this is a long-overdue objective process that requires its implementation in Ukraine. It was concluded that, despite the urgent need to hold a tax amnesty in Ukraine, the failure was due to the incorrectly chosen time of its holding, which fell on the period of the active phase of Russian aggression; lack of significant changes in the current fiscal legislation, trust in the domestic judicial system, effective fight against corruption; conducting active public outreach work among society.

Keywords: taxes, tax amnesty, shadow economy, budget, economic offenses, investments.

Постановка проблеми. Податкова амністія поряд із списанням податкових недоїмок – один із найбільш давніх інструментів фінансового та податкового регулювання економічного життя в суспільстві. Податкова амністія у своїй багатогранності сприяє не лише наповненню державної казни, але й забезпечує процеси детінізації господарського життя, легалізації тіннових капіталів в офіційному сегменті, а відтак – збільшенню інвестиційного ресурсу економіки. Саме цей фактор є визначальним для країн, що переживають етап реформування економічних відносин чи зміну економічної доктрини, до яких сміливо можна віднести і Україну.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження податкової амністії завжди перебувало у фокусі наукових пошуків як зарубіжних так і вітчизняних науковців та практиків, серед яких варто виокремити доробок В. Андрущенко, К. Баєра, Е. Борна, Д. Гетьманцева, О. Дудорова, О. Дяченка, А. Едельштейна, Д. Каменського, Н. Лисецької, Р. Мовчана, С. Мовчун, І. Родрігеса, Д. Стародуба, І. Трубіна та багатьох інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте, в Україні, яка намагається сформувати свій шлях у сфері формування і реалізації власного механізму податкової амністії, залишається не дослідженими виокремлення національних особливостей її проведення та, власне, підбиття підсумків і оцінка результативності.

Постановка завдання. В межах публікації основними завданнями поставлено вивчення особливостей здійснення податкової амністії в Україні, її корелювання із світовим досвідом та оцінка результативності.

Виклад основного матеріалу. У передвибірчій програмі кандидата на пост Президента України Володимира Зеленського було зазначено – «Усі роки влада штучно створювала ситуацію, за якої чесно вести бізнес в Україні для підприємця було практично неможливо. Тому ми запровадимо одноразову «нульову декларацію» для бізнесу. Кожен бізнесмен за 5% зможе задекларувати та легалізувати свої доходи. Отримані кошти підуть на зменшення тарифного навантаження для малозабезпечених. Проїшовши «економічне чистилище», кожен отримає шанс у подальшому чесно вести бізнес у країні» [1]. Таким чином, прийняття закону № 5153 – це не лише соціально-економічна необхідність, яка сформувалася в результаті господарської активності українського суспільства, але й виконання однієї з передвибірчих обіцянок чинного гаранта Конституції.

Амністія – слово грецького походження, що перекладається як «прощення» та означає повне або часткове звільнення від відповідальності окремих груп громадян за вчинені ними правопорушення. Амністію у сфері економіко-фінансових відносин між державою та її громадянами доцільно розбити на 3 основні види – податкова амністія, амністія капіталів (активів), економічна амністія [2, с. 196–198]:

– податкова амністія – передбачає звільнення від відповідальності платників податків, які свідо-

мо чи несвідомо не сплатили податки у встановлені законом терміни, у разі добровільної сплати такими платниками своїх обов'язкових платежів. Прикладом податкової амністії в Україні є пільгове розмитнення іномарок (так званих, «євроблях», яке діяло з 25.11.2018 по 22.02.2019 року, та принесло до Пенсійного фонду 7,67 млрд грн, а всього було розмитнено на пільгових умовах близько 125 тис. автомобілів). У 2014 році в Україні було реалізовано на практиці принцип податкового компромісу як особливого режиму звільнення від юридичної відповідальності платників за зниження податкового зобов'язання по податку на прибуток та ПДВ за будь-які періоди до 1 квітня 2014 року, що по факту означало проведення податкової амністії, якою скористалося 0,5% платників цих податків, а податкові надходження за цими обов'язковими платежами виросли на 2,5%;

– амністія капіталів (активів) – передбачає звільнення від оподаткування матеріальних чи нематеріальних цінностей, які були набуті чи отримані власником із порушенням законодавства (окрім кримінального);

– економічна амністія – включає в себе і податкову амністію і амністію капіталів (активів). Як правило, саме вона здійснюється протягом останніх кількох десятиліть в світі. Саме її ознаки має запланована легалізація у сфері економічних відносин в Україні.

Необхідними умовами проведення успішної економічної амністії є: наявність об'єктивної потреби у ній через недосконалість законодавчого поля; прийняття нормативно-правової бази для її проведення; одноразовий характер (хоча можлива і її пролонгація, як це відбулося в Україні, коли термін проведення податкової амністії було продовжено ще на 6 місяців) і обмежені терміни здійснення; потреба в декларуванні активів, що легалізуються; дискримінація по відношенню до сумлінних платників податків шляхом порушення принципів оподаткування загальності оподаткування; рівності усіх платників перед законом, недопущення будь-яких проявів податкової дискримінації; невідворотності настання визначеної законом відповідальності у разі порушення податкового законодавства; стабільності тощо.

Виходячи з вищевикладеного та, враховуючи особливості проведення податкової амністії в Україні, вважаю за доцільне дати визначення економічної амністії як сукупності законодавчих, адміністративних та економічних заходів держави, які спрямовані на залучення в офіційний сегмент господарювання фінансових ресурсів та інших активів, що формуються та (або) використовуються в некримінальному сегменті тінгової економіки.

Функції економічної амністії:

– фіскальна – поповнення централізованих фондів грошових коштів держави за рахунок сплати порушником разового податку або штрафу у фіксованому розмірі від вартості легалізованих активів та надходження податків в майбутньому від легалізованих активів;

– регуляторна – зменшення масштабів тіньової економіки та її впливу на суспільне життя в країні;

– інвестиційна – залучення в офіційний сектор економіки вільних грошових коштів, у тому числі через репатріацію капіталу, які будуть направлені на поживлення ділової активності;

– соціальна – створення правових механізмів формування нових взаємовідносин між громадянами-порушниками і державою («з чистого листа»); підвищення довіри між бізнесом державою і суспільством; профілактика податкових (економічних) правопорушень.

Світова практика засвідчує, що економічна вигода держави в ході проведення амністії може реалізовуватися 3 основними способами, кожен з яких реалізований у механізмі української податкової амністії капіталу:

– депонування легалізованих коштів декларантами на безвідсоткових депозитах у державних банках на визначений часовий період. У такому випадку банківська система отримує додаткові інвестиційні ресурси. Цей механізм реалізується через необхідність розміщення готівкових коштів, що планується легалізувати декларантом, на банківському рахунку;

– сплата разового податку, який або дорівнює базовій ставці податку на доходи, або ж, як це дуже часто буває на практиці, – значно менший (у 2–3 рази) за базовий рівень оподаткування (у нашому варіанті це – 5% (як це прописано у передвиборчій програмі Президента для активів, що знаходяться в Україні та 9% (половина від стандартної ставки ПДФО) для активів які перебувають за кордоном). Вигода держави полягає у можливості фінансувати свої бюджетні видатки;

– викуп боргових цінних паперів держави (як правило, облігацій) із тривалим періодом обертання на умовах відсутності штрафних санкцій або ж сплати фіксованого податку за невеликою ставкою (в Україні – це 2,5%). Це означає, що держава отримує додатковий дешевий ресурс, який можна використати як на інвестування так і на виконання своїх бюджетних зобов'язань.

Плануючи, законодавчо врегульовуючи та реалізуючи на практиці економічну амністію, державі, яка це робить, варто ретельно вивчити досвід інших країн, які вже пройшли цей шлях, для того щоб уникнути можливих «підводних каменів» амністування. Адже, як показує світова практика, в одних держав все відбулося успішно, другі – зазнали фіаско, не досягнувши запланованого, а результати третіх – не є настільки однозначними та можуть бути розцінені двояко. Як зазначали українські урядовці і законодавці у своїх коментарях, які передували запровадженню податкової амністії в Україні. Ними прискіпливо вивчався світовий досвід у цій сфері, особлива увага зверталася на Індонезію і Аргентину.

Сучасним світовим лідером у сфері здійснення амністії капіталів є Індонезія, якій вдалося протягом 9 місяців 2016–2017 років легалізувати близько 370 млрд дол США, або 40% від ВВП країни,

а до самою кампанію легалізації скористалося близько 930 тис. індонезійців, переважно представників заможного класу. Фіскальна результативність становила 8 млрд доларів США додаткових бюджетних надходжень. Амністія капіталу була розбита на 3 етапи, які тривали по 3 місяці кожен, причому ставки разових податків-зборів збільшувалися від етапу до етапу: I етап – 2% для активів всередині країни, 4% для активів із офшорів; II етап – 3% і 6%; III етап – 5% і 10% відповідно. Основною причиною успіху індонезійської амністії стало те, що місцевий великий бізнес повірив державі та побачив для себе шанс «відбілити» свої тіньові капітали [3].

У цей же період, паралельно з Індонезією, одну із найбільш успішних світових провела Аргентина. Захід тривав із 25.07.2016 по 31.03.2017 років. Всього було легалізовано активів на 116,8 млрд дол США, а до бюджету надійшло 9,65 млрд дол США. Участь в амністії прийняли 255 тисяч платників податків (при населенні у приблизно 45 млн осіб). Для проведення амністії було прийнято, так званий «Закон про білий капітал», згідно якого передбачалося оподаткування активів, які легалізувалися із сплатою разового податку-штрафу за ставками: якщо дохід становив: близько 4,7 тис. дол. – ставка податку застосовувалась у розмірі 0%; до 10,7 тис. дол. – 5%, від 10,7 тис. дол. і більше – 10% або 15% (залежно від періоду, коли такий дохід було задекларовано). Взагалі звільнялися від сплати цього податку легалізовані кошти, які вкладалися у придбання державних облігацій, випущених у доларах США, із періодом обертання від 3 до 6 років [4, с. 404].

Досить часто економічну амністію використовує уряд Італії, який настільки захопився її проведенням протягом останніх 20 років, що Організація економічної співпраці та розвитку змушена була йому рекомендувати взагалі відмовитися від цієї практики, в силу того, що це може зруйнувати податкову систему країни. Найбільш успішною амністією стала легалізація капіталів, яка відбувалася в Італії із вересня 2001 по 2003 роки. Громадянам було запропоновано добровільно легалізувати наявні свої капітали, які перебували на території країни за базовою діючою ставкою податку на доходи у 30%. Для активів, які перебували за кордоном (в основному – у Швейцарії) пропонувалася ставка податку у 2,5% від заявленої суми. В якості інвестиційної альтернативи пропонувалася придбання державних облігацій на суму, яка становила 12% від вартості легалізованих активів. Одночасно з оголошенням амністії було значно підвищено штрафи за порушення податкового законодавства. Результатом такої державної політики стала легалізація протягом 2002 року активів на суму 55 млрд дол США, а всього до кінця 2003 року було легалізовано капіталів на 73 млрд дол США, при цьому кількість доларових мільйонерів в країні виросла на 13,25%. В 2009 році було проведено ще одну податкову амністію, результатом якої стало повернення капіталів на 80 млрд євро та сплата

до бюджету 4 млрд євро за ставкою разового збору у 5%.

Серед країн-вихідців з колишнього Радянського Союзу, із якими Україна має частину спільної історії, позитивний досвід економічної амністії має Республіка Казахстан, яка проводила амністію вже двічі. Вперше – у 2001 році, коли було задекларовано і легалізовано активів на 480 мільйонів доларів США, а легалізацію своїх доходів здійснили близько 10% населення країни. При цьому декларанти звільнялися від сплати податків та обов'язку пояснювати походження капіталів, а сама легалізація полягала у розміщенні коштів на спеціальних рахунках в 16 визначених місцевих банках. Для підвищення рівня довіри до амністії, урядом Казахстану було прийнято рішення про знищення усіх поданих декларацій за період із 1995 по 2000 роки, а особи, які легалізували тіньові кошти, отримували спеціальні охоронні свідоцтва із зазначенням суми депозиту. Одночасно із податковою амністією було знижено ставки основних податків – ПДВ на 4% та соціального внеску на 5%. У свою чергу усе це сприяло формуванню довіри між суспільством та державою та стало основою успішному проведенню економічної амністії у 2005-2007 роках, коли за ставкою одноразового податку на прибуток за ставкою 10% було легалізовано активів на суму 6,7 млрд. дол. США.

Що ж із світового досвіду використала Україна в ході своєї податкової амністії? Варто відмітити наступне [5]:

- всеохоплюючий характер амністії по відношенню до тіньових активів, які не мають кримінального походження;

- отримання вигоди інвестиційного (через розміщення коштів на спеціальних банківських рахунках), фіскального (через сплату разових зборів) та позикового (через вкладення у боргові цінні папери) характеру;

- диференційований підхід в застосуванні ставок разового податку-збору, залежно від місця знаходження активів (на території України – 5%, або ж за її межами – 9%) чи способу їх легалізації (купівля облігацій – 2,5%);

- застосування понижуючої ставки разового збору (7% для активів, що знаходяться за кордоном у разі їх легалізації протягом перших 6 місяців дії амністії, або ж 9,5% – на умовах розстрочення платежу);

- розстрочка разового податку платежу на тривалий термін (до 3 років).

Враховуючи світовий досвід, можна впевнено стверджувати що успіх чи невдача економічної амністії перебуває в прямій залежності від того:

- наскільки вдало спрацювала держава проводячи масову інформаційно-роз'яснювальну роботу серед своїх громадян;

- рівня довіри громадян до своєї держави та ступеня формування між ними партнерських взаємовідносин;

- коректності роботи фіскальних органів, на які покладається проведення кампанії з амністії;

- рівня незалежності судової системи, як арбітра у вирішенні спорів, що неминуче виникатимуть у ході амністії (для прикладу – з метою визначення кримінальних джерел походження коштів);

- економічної стабільності в державі, яка залежить від системи внутрішніх та зовнішніх факторів, адже зрозуміло, що в країну яка воює, капітал буде повертатися вкрай неохоче.

Амністія, яка реалізується будь-якою державою світу, незалежно від рівня її економічного розвитку, формує дискримінаційні умови стосовно сумлінних платників податків в порівнянні з іншою частиною суспільства, яка схильна порушувати законодавство, будучи задіяною в тіньовому сегменті економіки.

Тому економічна амністія в Україні не є винятком, в силу того, що стосується лише частини членів суспільства (не великої) та здійснюється на пільгових засадах (із зменшеним рівнем одноразового податку-штрафу і відсутність відповідальності зі сторони декларантів) порушує основні вимоги, викладені в основному законі, а саме – статей 67 та 68 Конституції України, відповідно до яких кожен зобов'язаний сплачувати податки і збори в порядку і розмірах, встановлених законом та неухильно дотримуватися Конституції України та законів України.

Окрім того, амністія суперечить частині принципів, на яких ґрунтується податкове законодавство в Україні та які прописані у статті 4 Податкового кодексу України (ПКУ) [6]: загальність оподаткування – кожна особа зобов'язана сплачувати встановлені ПКУ, законами з питань митної справи податки та збори, платником яких вона є; рівність усіх платників перед законом, недопущення будь-яких проявів податкової дискримінації – забезпечення однакового підходу до всіх платників податків незалежно від соціальної, расової, національної, релігійної приналежності, форми власності юридичної особи, громадянства фізичної особи, місця походження капіталу; невідворотність настання визначеної законом відповідальності у разі порушення податкового законодавства; стабільність – зміни до будь-яких елементів податків та зборів не можуть вноситися пізніше як за шість місяців до початку нового бюджетного періоду, в якому будуть діяти нові правила та ставки (по факту – з 1 вересня 2021 року запроваджується новий разовий податок, не передбачений статтею 7 ПКУ).

Експерти відзначають, що в сучасних українських реаліях, ніхто не може гарантувати, що конфіденційна інформація про осіб, які скористалися можливостями економічної амністії, не потрапить до рук відвертого криміналу та не стане причиною нової хвилі рекету [7, с. 306].

Аналогічну ситуацію декларант може отримати у стосунках з контролюючими державними органами, адже взявши добровільну участь у легалізації своїх активів він по факту підтверджує свою тіньову економічну активність у попередніх періодах. Такий собі варіант «явки з повинною», який з точки зору держави не гарантує відмови декларанта від отримання тіньових доходів в майбутньому.

Проведення податкової амністії капіталів може сформувати в українському суспільстві негативні очікування, пов'язані із тим, що не варто сплачувати податки, адже держава знову може оголосити нову амністію, на кращих умовах для мінімізаторів. Цей варіант є абсолютно життєздатним, прикладом подібного є історія з пільговим розмитненням «євроблях», яка тягнеться від 2018 року під умовним гаслом «А давайте ще і далі продовжимо пільговий період розмитнення?! Бо не всі встигли!..».

Перед початком податкової амністії, серед експертних оцінок обсягів тіньових ресурсів, які знаходяться у розпорядженні українців, стверджувалося, що у тіні перебуває від 50 до 80 млрд дол США (за різними оцінками), тому детінізація хоча б невеликої частки у 10–20% від цієї суми забезпечить разове вливання в офіційну економіку 8–15 млрд дол США, а податкові надходження становитимуть від 400 до 750 млн дол США. Голова комітету Верховної Ради з питань фінансів, податкової та митної політики Данило Гетманцев у березні 2021 року, коли запускався процес законодавчого забезпечення податкової амністії, заявляв що кількість готівки, яка перебуває у населення «під подушкою», – 45–50 млрд дол США. Планувалося вивести з тіні десь 30 млрд дол США, якщо б реально вдалося легалізувати хоча б 20 млрд. доларів, то це слід вважати перемогою.

На нашу думку, в частині фіскального результату великим успіхом було б надходження додаткових податкових платежів в сумі, які відповідають результатам податкової амністії «євроблях» – близько 8 млрд гривень (на той час \approx 300 млн. дол США), а обсяги детінізованих фінансових ресурсів становитиме 4,5–5 млрд дол США, або \approx 3% від обсягів номінального ВВП. Проте, як це буває на практиці, результати проведеної податкової амністії залишають бажати кращого, за даними її ідеолога Д. Гетманцева, станом на 01.03.2023 року, у рамках «податкової амністії» було подано 845 декларацій, якими задекларовано 8,832 млрд грн, сума одноразового збору склала 547,5 млн гривень. Причому 2,6 млрд грн, або близько 30% від усієї суми було задекларовано в останні два тижні податкової амністії [8]. Тобто в перерахунку на поточний валютний курс гривні до долара, загальний обсяг легалізації склав 223 млн дол США, а величина одноразового збору – 13,7 млн дол США, що дає підстави вважати результати податкової амністії в Україні провальними, а з врахуванням її пролонгації на 6 місяців – катастрофічними.

Висновки. Податкова амністія капіталів – це давно назрілий об'єктивний процес, який вимагає своєї реалізації в Україні. Проте, не дивлячись на очевидну потребу у її проведенні, необхідною умовою вдалого її здійснення є – вірно вибраний час її проведення; вдосконалення чинного фіскального законодавства; повернення довіри до судової системи, налагодження ефективної боротьби з корупцією. Активізація процесів детінізації тіньових капіталів шляхом проведення їх амністії, чіт-

ко кореспондується із передвиборчою програмою президента України та є одним із вже виконаних її пунктів. Тут важлива не стільки формальна сторона – «ми пообіцяли і запровадили податкову амністію», а особливості її проведення та головне – наслідки від її здійснення для держави, бізнесу і пересічного громадянина. Детінізацію капіталів, із врахуванням особливостей проведення податкової амністії в Україні, здійснюється із врахуванням зарубіжного досвіду, в першу чергу, – аргентинського та індонезійського (як найбільш успішних) та має на меті, як фіскальну так і інвестиційну компоненту, а сама податкова амністія капіталів розрахована, переважно, на представників середнього класу.

Подальші наукові розвідки у цьому напрямку будуть базуватися на аналізі особливостей проведення податкової амністії в Україні у 2021–2023 роках, детальному вивченні причин її невдачі та розробці нової моделі проведення податкової амністії у післявоєнний час.

Бібліографічний список:

1. Передвиборча програма кандидата на пост Президента України Володимира Зеленського. URL: <https://program.ze2019.com> (дата звернення: 01.03.2023).
2. Лисецька Н. М. Світова практика впровадження податкових амністій: досвід для України. *Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України*. 2020. № 1–2. С. 192–207.
3. Податкова амністія. Як це робили інші і навіщо вона Україні. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-54876368> (дата звернення: 02.03.2023).
4. Дяченко О. П. Податкова амністія в Україні в контексті світового досвіду. Актуальні аспекти розвитку науки і освіти : збірник тез доповідей I Міжнародної науково-практичної конференції НПП та молодих науковців (м. Одеса, 13-14 квітня 2021 року). Одеса. 2021. С. 403–405.
5. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо стимулювання детінізації доходів та підвищення податкової культури громадян шляхом запровадження одноразового (спеціального) добровільного декларування фізичними особами належних їм активів та сплати одноразового збору до бюджету : Закон України від 15.06.2021 р. № 2464-VI. URL: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=71231 (дата звернення: 28.02.2023).
6. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. Законодавство України : база даних / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/ed20141231#Text> (дата звернення: 23.02.2023).
7. Довгань Б. В., Мовчан Р. О. Ризики одноразового добровільного декларування в аспекті податкової злочинності. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2022. № 4. С. 304–308.
8. Данило Гетьманцев. Добровільне декларування активів (податкова амністія) завершилося. URL: <https://t.me/getmantsevdanil/2009> (дата звернення: 03.03.2023).

References:

1. Peredyborcha prohrama kandydata na post Prezidenta Ukrainy Volodymyra Zelenskoho [Pre-election program of the candidate for the post of President of Ukraine Volodymyr Zelenskyij]. Available at: <https://program.ze2019.com/> (accessed: 01.03.2023).
2. Lysetska N. M. (2020) Svitova praktyka vprovadzhenia podatkovykh amnistii: dosvid dlia Ukrainy [World practice

- of implementing tax amnesties: experience for Ukraine]. Zbirnyk naukovykh prats Universytetu derzhavnoi fiskalnoi sluzhby Ukrainy, vol. 1–2, pp. 192–207.
3. Podatkova amnistiia. Yak tse robyly inshi i navishcho vona Ukraini [Tax amnesty. How others did it and why it is for Ukraine]. Available at: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-54876368> (accessed: 02.03.2023).
 4. Diachenko O. P. (2021) Podatkova amnistiia v Ukraini v konteksti svitovoho dosvidu [Tax amnesty in Ukraine in the context of world experience]. Zbirnyk tez dopovidei I Mizhnarodnoi nauково-praktychnoi konferentsii NPP ta molodykh naukovtsiv Aktualni aspekty rozvytku nauky i osvity. Odesa, pp. 403–405.
 5. Verkhovna rada Ukrainy (2021) Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta inshykh zakoniv Ukrainy shchodo stymuliuвання detinizatsii dokhodiv ta pidvyshchennia podatkovoi kultury hromadian shliakhom zaprovadzhennia odnorazovoho (spetsialnoho) dobrovilnoho deklaruvannia fizychnymy osobamy nalezhnykh yim aktyviv ta splaty odnorazovoho zboru do budzhetu : [On the introduction of amendments to the Tax Code of Ukraine and other laws of Ukraine regarding the stimulation of detinization of incomes and improvement of the tax culture of citizens by introducing a one-time (special) voluntary declaration by individuals of their assets and payment of a one-time fee to the budget] Available at: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=71231 (accessed: 28.02.2023).
 6. Verkhovna rada Ukrainy (2010) Podatkovyi kodeks Ukrainy: [Tax Code of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/ed20141231#Text> (accessed: 23.02.2023).
 7. Dovhan B. V., Movchan R. O. (2022) Ryzyky odnorazovoho dobrovilnoho deklaruvannia v aspekti podatkovoi zlochynnosti [Risks of a one-time voluntary declaration in terms of tax crime]. *Yurydychnyi naukovyi elektronnyi zhurnal*, vol. 4, pp. 304–308.
 8. Danylo Hetmantsev. Dobrovilne deklaruvannia aktyviv (podatkova amnistiia) zavershylosia [Danylo Hetmantsev. Voluntary declaration of assets (tax amnesty) has ended]. Available at: <https://t.me/getmantsevdanil/2009> (accessed: 03.03.2023).

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657.422.7:658.783

DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-1-19>

Варламова І.С.

доктор економічних наук,
професор кафедри обліку та оподаткування
Запорізького національного університету

Сьомченко В.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку та оподаткування
Запорізького національного університету

Варламова А.О.

студентка
Запорізького національного університету

Varlamova Iryna

Doctor of Economic Sciences,
Professor at the Department of Accounting and Taxation
Zaporizhzhia National University

Somchenko Viktoriia

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at the Department of Accounting and Taxation
Zaporizhzhia National University

Varlamova Alina

Student
Zaporizhzhia National University

ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ ТОВАРНИХ ЗАПАСІВ І ОБОРОТНОСТІ ТОВАРУ

FEATURES OF THE DISPLAY OF GOODS INVENTORY AND GOODS TURNOVER

У статті розкрито поняття: товарні запаси, значення і сутність системи управління цими запасами, причини створення, а також досліджено шляхи оптимізації товарних запасів. Кожне підприємство потребує знизити витрати на їх зберігання, транспортування, обслуговування та повернення. Часто підприємці домовляються з постачальником про гарну знижку, закупають велику партію товару. А ось чи буде попит на товар – до кінця одразу не зрозуміло, але гроші в ньому вже заморожені, і витрати на утримання складу точно виростуть. Завдяки проведеному аналізу, стає зрозумілим, що завжди важливо відслідковувати зміни в структурі попиту. Для деяких категорій товарів це критично, щось втрачає актуальність, у якихось позицій минає строк придатності, а постачальник відмовляється прийняти товар назад, і деякі підприємства у розпачі розпродають товари за безцінь. Є і зворотний бік цього явлення. Продавці закупають товар невеликими партіями, щоб тестувати попит. Зазвичай так роблять, коли тестують нішу, починають бізнес, відкривають нові напрями. Але якщо продавець не зможе закрити попит, бо постачальник не встигає з виробництвом, занадто довга логістика до складу і клієнта, частина замовлень може зірватися, а бізнес недоотримає прибутку.

Ключові слова: *товарні запаси, асортимент, норма оборотності товарних запасів, управління товарними запасами, торговіля.*

The article reveals the concept of inventory, the meaning and essence of the inventory management system, the reasons for its creation, and explores ways to optimize inventory. Every enterprise needs to reduce the costs of their storage, transportation, maintenance and return. Often, entrepreneurs agree with the supplier about a good discount, purchase a large batch of goods. Commercial trade is a large volume of operational and organizational activities of trade organizations and enterprises, aimed at the implementation of the processes of buying and selling goods to meet the demand of the population, and in the future, obtaining a profit. Commodity stocks are a significant component of commercial activity on the territory of Ukraine. Inventory management in the retail chain forces every entrepreneur to have their rationing, operational accounting and control over their condition, as well as regulation depending on market conditions. From the above, it becomes clear that the article reveals the concept of inventory, the meaning and essence of the inventory management system, the reasons for its creation, and ways to optimize inventory are explored. Every enterprise needs to reduce the costs of their storage, transportation, maintenance and return. Often, entrepreneurs agree with the supplier about a good discount, purchase a large batch of goods. But whether there will be demand for the product is not immediately clear, but the money in it is already frozen, and the costs of maintaining the warehouse will definitely increase. Due to the conducted analysis, it becomes clear that it is always important to monitor changes in the structure of demand. For some categories of goods, this is critical, something loses relevance, some items expire, and the supplier refuses to take the goods back, and some businesses in desperation sell off goods for next to nothing. There is also a reverse side of this phenomenon. Sellers purchase the product in small batches to test demand. This is usually done when testing a niche, starting a business, opening new directions. But if the seller cannot meet the demand, because the supplier does not keep up with production, the logistics to the warehouse and the customer are too long, some orders may fail, and the business will not make a profit.

Keywords: *inventory, assortment, inventory turnover rate, inventory management, trade.*

Постановка проблеми. Товарні запаси є основним напрямком грошових вкладень для торговельних підприємств і, відповідно, джерелом отримання прибутку, тому природно, що вони стають основним об'єктом постійного контролю. Теперішній розвиток ринкових відносин і конкуренції, впровадження та використання сучасних інструментів і технологій зумовили необхідність пошуку нових методичних підходів до обґрунтування оптимальних обсягів товарних запасів, визначення розмірів і періодичності (ритмічності) поставки та реалізації запасів, а також розрахунок витрат щодо їх обслуговування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливу роль у формуванні теоретичних та організаційно-методичних підходів до управління товарними запасами відіграють праці таких науковців і практиків: Гуляєва Н. М., Любезна І. В., Новицька Ю. Є., Олініченко К. С., Перебийніс В. І., Тарасова Т. О., Хоменко Н. В., Ярмоленко Л. І. та ін. [3; 4; 7; 6; 8; 10; 12; 14].

Проте окремі аспекти теоретичного та методичного забезпечення управління товарними запасами потребують уточнення. Так, питання формування оптимального розміру товарних запасів підприємств в торгівлі залишається недостатньо опрацьованим, тому що перевага в сучасних дослідженнях надається етапу їх нормування [2; 4; 6; 7; 11; 12]. Але відсутнє належне висвітлення важливого моменту – як у процесі торговельно-закупівельної діяльності підприємства визначити ступінь виконання нормативно встановлених показників товарних запасів.

Постановка завдання. В торгівлі, важливо все фіксувати: надходження, переміщення між складами, на точки, продажі, зберігання, повернення, інвентаризація. Це потрібно робити, навіть якщо це маленький ФОП.

Важливу роль відіграють ключові товарні звіти – за оборотами, залишками, прибутковістю, рухом товарів. З таких облікових даних видно

актуальний статус товару – де перебуває, який шлях він пройшов. Отже, такий контроль допомагає уникнути нестач, псування і компенсацій загублених товарів.

Неведення обліку завжди призводить до фінансових втрат. А якщо працюєте за посередницькими договорами, вартість загубленого, зіпсованого або неврахованого товару потрібно буде компенсувати комітенту-власнику.

Постановка завдання. У сучасних післяпандемічних та воєнних умовах національної економіки, все ж відбувається активізація процесів глобалізації та посилення конкуренції на внутрішньому ринку, що призводить до зросту торгівлі. Характер та тенденції споживчого ринку, що виражаються в зростанні товарообороту з одночасним скороченням частки продажу продовольчих та непродовольчих товарів вироблених в Україні, зумовлюють необхідність удосконалення існуючих систем і методів та впровадження нових інструментів управління торгівлею. Важливою умовою ефективного функціонування торговельних підприємств є управління товарними запасами. Обсяг, склад та структура товарних запасів, що забезпечують ритмічність і безперервність торгово-операційного процесу, стійкість товарної пропозиції та лояльність покупців. Наявність ефективного управління товарними запасами створює передумови сталого економічного розвитку роздрібного торговельного підприємства [11].

Виклад основного матеріалу. Товарні запаси є основним напрямком грошових вкладень для торговельних підприємств і, відповідно, джерелом отримання прибутку, які формують майбутній асортимент і зумовлюють структуру товарообороту, а тому природно, що вони стають основним об'єктом постійного контролю.

Власне, товар має дві цілі: по-перше, задовольнити потребу покупця, по-друге – принести прибуток [7]. Як зазначено в роботі К. Маркса:

«Поки товар знаходиться у стадії переходу, перебуває в проміжній стадії між виробництвом і споживанням, перебуває власне у сфері обігу, на ринку, на складі, він запропонований до продажу. Він утворює, таким чином, запас, і постійна наявність цього запасу є умовою процесу відтворення».

Таким чином, наявність товарних запасів є важливою умовою функціонування будь-якого господарюючого суб'єкта в торгівлі. Товарні запаси утворюються на всіх стадіях руху товару: на складах оптових і роздрібних підприємств, складах підприємств-виробників, у дорозі. Це обумовлено низкою чинників економічного, організаційно-технологічного і соціального характеру.

Обсяг товарних запасів в повній мірі визначається структурою і розміром товарообігу торговельного підприємства. Збереження оптимального співвідношення між рівнем товарообігу і величинами товарних запасів – одна з основних задач торговельних підприємств. При незадовільному рівні товарних запасів з'являються проблеми з товаро забезпеченістю товарообігу підприємства, надлишкові запаси провокують додаткові витрати [3].

Для нормування залишків усіх наявних товарів допомагає асортиментна матриця (рис. 1). Це таблиця з повним асортиментом товарів, які є в продажі.

При аналізі звітів з продажу, варто це робити в розрізі товарних груп, товарів окремо, за клієнтами, постачальниками.

У будь-якому разі запаси мусять бути розплановані з резервом, щоб закрити весь план продажів на місяць чи сезон.

При аналізі продажів варто виділити товари з підвищеним попитом і ті, що погано продаються, від завалів треба позбутися.

З викладеного вище стає зрозумілим, що оборотність товарних запасів - одна з найважливіших характеристик ефективності продажів, яку слід відстежувати кожному підприємству. З її допомогою можна не тільки підвищити прибутковість підприємства, а й оперативно усунути наявні прогалини.

Оборотність та її грамотна оцінка має значну користь для ритейлу, а саме:

- визначає тривалість реалізації товару;

- обґрунтовує доцільність введення/виведення товарних позицій з асортименту;

- свідчить про необхідність скоригувати індивідуальні норми запасів товарів на складі (магазині);

- дозволяє оптимізувати логістику та мінімізувати витрати на доставку та зберігання;

- дозволяє перевірити ефективність роботи, як окремих співробітників магазину, так і цілої мережі;

- сприяє збільшенню прибутку шляхом виведення неліквідних товарів з асортименту;

- показує, коли повернете вкладені в товар гроші з урахуванням прибутку.

Знаючи швидкість оборотності, буде зрозуміло, у який момент треба замовляти топові позиції, які варто збувати за лояльними цінами, а за якими на основі річної оборотності можна планувати закупівлі на наступний період.

Заморожувати гроші в звалищах товару, який довго не вдається продати, – погано для бізнесу. А чим вище оборотність, тем швидше повертаються вкладені гроші.

Алгоритм простий: контролювати кількість товарів з високою оборотністю та закуповувати їх частіше, якщо попит на такі товари сезонний – враховувати це.

Низька оборотність говорить про те, що вкладені гроші повернете нескоро, і, можливо, від закупівлі такого товару варто відмовитися.

Оборотність товару можна поррахувати в днях (це строк оборотності) або в разях (коефіцієнт оборотності).

Основа розрахунку – три показники:

Середній товарний запас за період (ТЗсер). Це всі товари на складі в певний період – це може бути тиждень, місяць, квартал. Виражається в штуках або грошах за закупівельними цінами, без вашої націнки.

Можна поррахувати ТЗсер. для конкретного товару.

Як рахувати: підсумуйте залишки на початок і кінець періоду та розділіть на 2.

Якщо аналізуєте запаси ще й на проміжні дати, за декадами, наприклад на 10 липня, 20 липня, 30 липня, формула така:

$$ТЗсер = \frac{(Т1/2+Т2+Т3+Т4+Тn/2)}{n-1}$$

Товарна категорія	Товарна підкатегорія	Сезон	Найменування товару	Артикул	Постачальник	Категорійний менеджер	Входить у асорт. мінімум	Роль категорії	Коментар
Взуття	жіноче	літо	Босоніжки	12345	ФОП Чобот, "StyleShop"	Важлива А.О.	так	базова	Крім моделі "Капрі"
			Кросівки	45678	ФОП Петухова, "Мрія"	Сопілка Т.П.	так	базова	–
			Міюлі	33344	ФОП Петухова, "Мрія"	Важлива А.О.	ні	періодич.	–
		весна	В'єтнамки	12345	ФОП Чобот, "StyleShop"	Важлива А.О.	так	базова	Крім моделі "Віола"
			Чоботи	A2678	ФОП Чобот, "StyleShop"	Миша О.О.	так	базова	–
			Ботильйони	T5677	ФОП Чобот, "StyleShop"	Миша О.О.	так	періодич.	–
	чоловіче	весна	Туфли	p57o8	ФОП Петухова, "Мрія"	Фарафонов Р.А.	так	базова	–
			Ботинки	и09y7	ФОП Петухова, "Мрія"	Фарафонов Р.А.	так	базова	Крім моделі "XXL"

Рис. 1. Приклад асортиментної матриці

де:

T_1, T_2, \dots, T_n – товарні запаси на різні дати періоду;

n – кількість дат аналізованого періоду.

Розрахунковий період (тиждень, місяць, рік). Для швидкокопсувних товарів беріть тиждень, стандартний період для аналізу – місяць.

Товарообіг – це кількість продажів за обраний період.

Розрахунок оборотності в днях. Показує, за скільки днів продається середній запас аналізованого товару.

Формула:

$$Об_{дн} = \frac{TЗ_{сер} * Кількість\ днів.}{Товарообіг\ за\ період}$$

Розрахунок оборотності в разях. Показує, скільки разів товар був проданий за аналізований період.

Формула:

$$Обр = \frac{Товарообіг\ за\ період.}{Сер\ товарний\ запас\ за\ період}$$

Розглянемо на прикладі.

ФОП продає літне взуття; проаналізувавши продажі червня, можна зробити прогноз, на скільки вистачить наявних запасів до наступної поставки. У червні було продано (товарообіг) 32 пари. На початок місяця на складі було 70 пар взуття, 10-го числа – 61 пара, 20-го числа – 34 пари, на кінець – 10 пар. Визначимо середній товарний запас і порахуємо оборотність.

$TЗ_{сер} = ((70 / 2) + 61 + 34 + (10 / 2)) / 4 - 1 = 45$ пар – це більш точний розрахунок.

Або

$$TЗ_{сер} = (70 + 10) / 2 = 40 \text{ пар.}$$

Обчислимо оборотність:

$$Об_{дн} = 40 \times 31 / 32 = 39 \text{ днів.}$$

На реалізацію середнього залишку в 40 пар потрібно 39 днів. Товару вистачає на місяць із гаком, отже, якщо робити замовлення постачальнику один раз на початку місяця, вдасться закрити попит на літній період.

Або оборотність у разях:

$$Обр = 32 / 40 = 0,80$$

Це означає, що за місяць середній товарний запас на 40 пар не реалізований. Якщо показник більше одиниці – 2, 3, 4, це говорить про те, що товар швидко обертається, він був проданий 2, 3, 4 рази за місяць.

Остання питання для повного розуміння товарооборотності – це “Як аналізувати оборотність?” Весь асортимент на одній торговій точці – для розуміння, продаж яких товарів приносить більше прибутку, а які попиту не мають. Порівнювати треба оборотність схожих товарних позицій у рамках однієї товарної групи, щоб побачити, які продаються краще. Якщо товари занадто відрізняються в ціні й призначенні, порівняння не має сенсу. Також слід враховувати сезонність товару: у різні періоди товар має свій строк оборотності, тому порівнюйте для визначення норми аналогічні періоди.

Один товар у розрізі різних точок. Наприклад, у вас мережа кав'ярень, ви проаналізували продажі

й побачили, що сендвічі з тунцем – у топі продажів на точках біля бізнес-центрів, а на інших точках цей товар завжди в залишках, незважаючи на те що поставки менші. На підставі цього можна прийняти рішення: перемістити запаси на точки, де товар продається краще, і збалансувати потік поставок на майбутнє.

Один товар від різних виробників. Наприклад, частіше купують продукцію відомих марок або місцевих брендів, які використовують лише натуральну сировину. Тоді варто переглянути поставки інших брендів або відмовитися від них зовсім.

Висновки. При застосуванні тих чи інших способів управління запасами необхідно звернути увагу на властивості попиту продукції підприємства, а також особливості місцевих чи довідкових інформаційних технологій, які створюють інноваційне управління торгівлею.

Отже, проблематичність у виборі конкретного методу залежить від умов, в яких діє підприємство і можливості керівника з логістики прийняти вірне рішення. Чим важчі умови, тим складніша модель координування товарними запасами необхідна. Для всіх способів управління запасами притаманні дві ґрунтовні проблеми: забезпечення відповідного контролю над кожною ланкою запасу і впевненість в точному відстеженні стану наявних запасів.

Бібліографічний список:

1. Аналіз ефективності використання виробничих запасів на підприємстві URL: <http://mybiblioteka.su/7-48870.html>.
2. Воронко Р. М., Грезенталь В. О. Класифікація товарних запасів на підприємствах роздрібно́ї торгівлі. *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України*. 2012. Вип. 22.07. С. 164–168.
3. Гончаров Ю. В., Костюк Г. В. Методологічні аспекти формування логістичної системи на підприємствах легкої промисловості. *Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України*. 2012. № 3. С. 97–107.
4. Любезна І. В. Нормування матеріальних запасів в системі управління підприємствами целюлозно-паперової промисловості. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2013. Вип. 3. С. 89–92.
5. Лопатіна В. В. Економічна сутність виробничих запасів. Наукові праці. Економіка. Вип. 177. Т. 189.
6. Новицька Ю. Є. Науково-практичні підходи до управління товарними запасами фармацевтичних компаній в умовах менеджменту якості : дис. канд. фарм. наук : 15.00.01. Харків. 2016. 322 с.
7. Рапинець В. І. Облік виробничих запасів з використанням інформаційних технологій. Матеріали міжнародної науковопрактичної конференції [Створення інтелектуальної системи обліку для економіки України], (Тернопіль, 21–22 листопада 2007 р.) Т., 2007.
8. Перебийніс В. І., Дроботя Я. А. Логістичне управління запасами на підприємствах : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2012. 279 с.
9. Характеристика товарних запасів та основні етапи їх формування. URL: http://pidruchniki.com/17910211/ekonomika/harakteristika_tovarnih_zapasiv_osnovni_etapi_formuvann
10. Тарасова Т. О., Наумова Т. А. Методичні підходи з удосконалення процесу управління товарними запасами. Прогресивні ресурсозберігаючі технології та їх економічне обґрунтування у підприємствах харчування. Економічні проблеми торгівлі : зб. наук. праць : у 2-х ч. Харків, 2002. Ч. 2. С. 52–58.

11. Хоменко Н. В., Карпенко О. В., Верига Ю. А. Товарні запаси: проблеми обліку, контролю та звітності : монографія. Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. 154 с.
12. Височин І. В. Управління товарооборотом підприємств роздрібною торгівлі : монографія / І. В. Височин; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ : КНТЕУ, 2012. 543 с.
13. Аудит і ревізія підприємницької діяльності : [навчальний посібник] / за ред. Бутинця Ф. Ф. Житомир : ПП "Рута", 2001. 416 с.
14. Євсєєва Г. В. Промислове підприємство як об'єкт логістичного впливу. Збірник тез доповідей всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ : НУХТ, 2006. 48 с.
15. Ярмоленко Л. І., Чумак Т. В. Удосконалення системи управління запасами дистриб'юторської фірми. *Академічний огляд*. 2017. № 1. С. 83–91.
6. Novytska Yu. E. (2016) Scientific and practical approaches to the management of inventory of pharmaceutical companies in terms of quality management: dissertation. Ph.D. Pharm. Sciences: 15.00.01. Kharkiv. 322 p.
7. Rapynets V.I. (2007) Accounting of production stocks using information technologies. Materials of the international scientific and practical conference [Creation of an intelligent accounting system for the economy of Ukraine], (Ternopil, November 21–22, 2007) Ternopil
8. Perebijnis V. I., . Drobotya Ya. A. (2012) Logistic management of stocks at enterprises: a monograph. Poltava: PUET. 279 p.
9. Characteristics of commodity stocks and the main stages of their formation. Available at: http://pidruchniki.com/17910211/ekonomika/harakteristika_tovarnih_zapasiv_osnovni_etapi_formuvann.
10. Tarasova T. O., Naumova T. A. (2002) Methodical approaches for improving the inventory management process. Progressive resource-saving technologies and their economic justification in food enterprises. Economic problems of trade: coll. of science works: in 2 parts. Kharkiv. Part 2. P. 52–58.

References:

1. Analysis of the efficiency of the use of production stocks at the enterprise. Available at: <http://mybiblioteka.su/7-48870.html>.
2. Voronko R. M., Grezenthal V. O. Classification of commodity stocks at retail trade enterprises. *Scientific bulletin of the National Forestry University of Ukraine*. 2012. Issue 22.07. P. 164–168.
3. Goncharov Yu. V., Kostyuk G. V. (2012) Methodological aspects of logistics system formation at light industry enterprises. *Scientific Research Center of Industrial Development Problems of the National Academy of Sciences of Ukraine*. № 3. P. 97–107.
4. Lubezna I. V. (2013) Rationing of material stocks in the management system of enterprises of the pulp and paper industry. *Scientific Bulletin of Uzhhorod University. "Economy" series*. Issue 3. P. 89–92.
5. Lopatina V.V. The economic essence of production stocks. *Scientific works. Economy*. Issue 177. T. 189.
11. Khomenko N. V., Karpenko O. V., Veriga Yu. A. (2008) Commodity stocks: problems of accounting, control and reporting: monograph. Poltava: RVV PUSKU. 154 p.
12. Vysochyn I. V. (2012) Management of the turnover of retail trade enterprises: monograph, Kyiv. national trade and economy Univ. Kyiv: KNTEU. 543 p.
13. Audit and revision of business activity: [educational manual] / edited by Butynetsa F. F. Zhytomyr: PP "Ruta", 2001. 416 p.
14. Yevseeva G.V. (2006) Industrial enterprise as an object of logistic influence. Collection of thesis reports of the All-Ukrainian scientific and practical conference. Kyiv : NUHT. 48 p.
15. Yarmolenko L. I., Chumak T. V. (2017) Improvement of the inventory management system of a distribution firm. *Academic review*. № 1. P. 83–91.

УДК 657.1:330.133

DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-1-20>

Пилипенко Л.М.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри обліку та аналізу
Національного університету «Львівська політехніка»

Грицай О.І.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку та аналізу
Національного університету «Львівська політехніка»

Воськало Н.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку та аналізу
Національного університету «Львівська політехніка»

Pylypenko Liubomyr

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor of the Department of Accounting and Analysis
Lviv Polytechnic National University

Grytsay Olga

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Accounting and Analysis
Lviv Polytechnic National University

Voskalo Natalia

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Accounting and Analysis
Lviv Polytechnic National University

ОБЛІКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗЕРВІВ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВАМИ З РОЗВІДКИ ЗАПАСІВ ТА ВИДОБУВАННЯ КОРИСНИХ КОПАЛИН

ACCOUNTING ASSESSMENT OF CAPITAL RESERVES BY RESERVE EXPLORATION AND MINERAL EXTRACTION COMPANIES

Статтю присвячено проблематиці облікового оцінювання резервів капіталу підприємствами, діяльність яких пов'язана з розвідкою й оцінюванням запасів та видобуванням корисних копалин. Актуальність теми статті обумовлена суспільним інтересом до питання розвідки, оцінювання й видобування корисних копалин та забезпечення виконання суб'єктами з їхнього видобутку зобов'язань щодо ліквідації екологічних наслідків цієї діяльності. Здійснено теоретично-методологічне обґрунтування вибору видів оцінок досліджуваних резервів та підходів до їхнього визначення. Проаналізовано законодавчо-нормативне регулювання оцінювання та обліку резервів капіталу покриття витрат на відновлення природного середовища. Встановлено проблеми методичного характеру, які виникають у процесі оцінювання цих резервів капіталу.

Ключові слова: резерви капіталу, запаси корисних копалини, оцінювання, розвідка корисних копалин, система бухгалтерського обліку.

The article is devoted to the problems of accounting assessment of capital reserves by enterprises whose activities are related to exploration and assessment of reserves and extraction of minerals. Such activity is of public interest, as it concerns the consumption of natural resources of common ownership and has a significant negative ecological impact on the environment. Entities that extract mineral reserves are obliged to eliminate the negative consequences of resource extraction, carry out land reclamation and other measures to restore the natural environment. Capital reserve is a toolkit that enables mining companies to protect themselves from unforeseen costs and losses, ensure the stability of operations and the fulfillment of social and environmental obligations to society. The formed capital reserves will make it possible to cover the costs associated with the completion of mining projects and restoration of the natural environment. An important and most problematic methodical method of accounting for

capital reserves is their evaluation. Based on the generalization of the theoretical and methodological foundations of accounting, two types of assessment of the value of capital reserves are determined – normative and current. The article substantiates two approaches to determining the current assessment of the studied reserves – at amortized value and at fair value. Based on the results of the analysis of the mandatory documents on the standardization of accounting and financial reporting, the need to apply the fair value approach based on the method of discounting future cash flows has been established. Reserves can be assessed on the basis of the professional judgments of the company's financial managers, the experience of similar operations, and the opinion of independent experts. The choice of a specific approach to the assessment of each type of reserves, which are formed in the company's accounting system, must be recorded in the Order on accounting policy with a detailed disclosure of the accounting methodology for its accrual and write-off.

Key words: capital reserves, mineral reserves, evaluation, mineral exploration, accounting system.

Постановка проблеми. Конституція України [1, ст. 13] визначає землю, її надра та інші природні ресурси, які знаходяться в межах території України, об'єктами права власності українського народу. Земельний Кодекс України [2] встановлює, що для відновлення ґрунтового покриву, поліпшення стану та продуктивності порушених земель необхідною є їхня рекультивация. Екологічні наслідки інтенсивного видобування та споживання вичерпних природних ресурсів спричинили суспільний інтерес до проблем оцінювання запасів корисних копалин та й загалом до підприємств, діяльність яких пов'язана з розвідкою та видобутком корисних копалин.

Важливою характеристикою фінансово-майнового стану підприємств, які здійснюють розвідку та видобуток корисних копалин, є їхня здатність продовжувати свою діяльність необмежену кількість звітних періодів, незважаючи на несприятливі економічні, соціально-політичні й екологічні умови та вичерпність природних ресурсів, і особливо, спроможність цих підприємств ліквідувати негативні наслідки видобутку ресурсів, провести рекультивацию земель та інші заходи з відновлення природного середовища. Інструментарієм, який дає змогу видобувним підприємствам вберегтись від непередбачених витрат і збитків, забезпечити стабільність діяльності та виконання зобов'язань соціально-екологічного характеру перед суспільством, є резервування капіталу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику бухгалтерського обліку формування і використання резервів капіталу присвячували свої праці такі науковці, як: Бетге І., Верига Ю. А., Дячек С. М., Загородній А. Г., Козлова М. О., Курах А. І., Легенчук С. Ф., Лемішовська О. С., Нагорна І. В., Орищенко М. М., Пархомчук О. О., Ткач В. І., Терещенко В. С., Яремко І. Й. та інші. В дослідженнях цих науковців розглядалися проблеми термінології та класифікації резервів, доцільності їхнього створення на підприємствах, методики відображення резервів у бухгалтерському обліку та подання інформації про них у фінансовій звітності, контролю за процесом резервування тощо. Проблеми методики й організації бухгалтерського обліку процесів розвідки і видобування корисних копалин та репрезентації інформації про них у бухгалтерській звітності досліджували такі українські та чужоземні науковці, як Басу Р., Затока Т. В., Крупка Я. Д., Пегг С., Порохнавець Я. А., Савчук Т. В., Чижевська Л. В., Чучук Ю. В. Їхні до-

слідження здебільшого були сфокусовані на питаннях розподілу діяльності з розвідки і видобування природних ресурсів на етапи, ідентифікації та оцінювання запасів корисних копалин в бухгалтерському обліку, методики обліку специфічних для цієї діяльності активів – активів з розвідки запасів корисних копалин тощо.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Поза увагою науковців та законодавчо-нормативних документів залишились проблеми резервування капіталу та його оцінювання підприємствами, діяльність яких пов'язана з розвідкою та видобутком корисних копалин.

Постановка завдання. Мета статті полягає в окресленні необхідності формування резервів капіталу підприємствами з розвідки запасів та видобування корисних копалин, дослідженні й удосконаленні концептуальних положень облікового оцінювання таких резервів.

Виклад основного матеріалу. Діяльність, що пов'язана із розвідкою та видобуванням корисних копалин, за своєю суттю є проектною і містить ознаки як операційної, так і інвестиційної діяльності. Увагу науковців, які досліджували діяльність з видобутку корисних копалин, привертала необхідність її поділу на послідовні стадії, що об'єднані за економічним змістом. Варта уваги пропозиція Крупки Я. Д. та Порохнавець Я. А. виділити такі шість етапів процесу видобування і переробки корисних копалин:

- підготовка до реалізації проекту з видобування та переробки корисних копалин (придбання (оренда) земельної ділянки, її обстеження та отримання дозволу на розвідку запасів корисних копалин);
- пошуково-розвідувальні роботи;
- підготовка до видобування корисних копалин;
- видобування корисних копалин;
- перероблення видобутих запасів корисних копалин;
- завершення проекту з видобування корисних копалин (відновлення ґрунтового покриву, забезпечення соціальної й екологічної безпеки в місцях видобування ресурсів тощо) [7, с. 48].

Перші три етапи за економічним змістом можна охарактеризувати як інвестиційну діяльність, а четвертий і п'ятий – як операційну. Відповідно, на перших трьох етапах витрати з розвідки запасів корисних копалин і підготовки до їхнього видобування капіталізуються в бухгалтерському обліку та формують інвестиції. На четвертому і п'ятому

етапах виникають здебільшого операційні витрати, які разом з амортизацією інвестицій можуть бути покриті доходами від реалізації корисних копалин чи продукції їхньої переробки. У звітних періодах шостого етапу, упродовж яких підприємства несуть витрати із завершення видобування корисних копалин, вони здебільшого не отримують доходів від реалізації цих ресурсів чи їхнього перероблення, тобто фактично не мають відповідного джерела покриття витрат. Тому, на думку Крупки Я. Д. та Порохнавець Я. А., упродовж періодів експлуатації родовищ природних ресурсів підприємствам доцільно і необхідно формувати відповідні резерви покриття витрат на відновлення природного середовища та обліковувати їх у складі забезпечень майбутніх витрат [7, с. 52-53]. На нашу думку, ця позиція повністю обґрунтована необхідністю дотримання принципу відповідності доходів і витрат, а саме створення у періодах експлуатації родовищ резервів капіталу, за рахунок яких покриватимуться витрати, пов'язані із закриттям (консервацією) місць видобування корисних копалин.

Важливим методичним прийомом бухгалтерського обліку щодо будь-якого об'єкта є його оцінювання. Методика оцінювання резервів капіталу насамперед залежить від їх виду і класифікації. У [8, с. 68] обґрунтовано такі підходи до оцінювання резервів у бухгалтерському обліку:

- за приписами законодавства;
- з урахуванням минулих подій і витрат;
- відповідно до фінансової політики підприємства.

Методологічною основою оцінювання в бухгалтерському обліку є категорія вартості. Сучасна методологія бухгалтерського обліку і фінансової звітності передбачає декілька підходів до оцінювання та використання різних видів вартостей – історичної собівартості, поточної, теперішньої, справедливої, відновної вартості та вартості реалізації (погашення) [8, с. 65]. Розглядаючи оцінювання резервів капіталу покриття витрат на відновлення природного середовища у зв'язку з видобуванням корисних копалин, варто звернути увагу на два види їхньої вартості – нормативну та поточну (рис. 1).

Нормативна оцінка вартості вказаних резервів залежить від обсягу витрат, які підприємству необхідно буде понести в майбутньому для ліквідації екологічних наслідків та відновлення природного середовища в місцях видобування корисних копалин. Не зважаючи на те, що ця оцінка є нормативною за змістом (має задовольняти вимоги норм законодавства та взятих підприємством на себе зобов'язань щодо відновлення навколишнього середовища) та методикою розрахунку, за своєю величиною вона є динамічною: по перше, точно передбачити величину вказаних витрат неможливо (принаймні з огляду на ринкові чинники зміни вартості використовуваних підприємством матеріальних, трудових, фінансових чи інших ресурсів), а по друге, обсяг цих витрат залежатиме від інтенсивності розроблення родовища корисних

копалин та впливу цього процесу на навколишнє середовище.

Поточна величина оцінки резервів капіталу покриття витрат на відновлення природного середовища у зв'язку з видобуванням корисних копалин відображає обсяг резервів, створених станом на кінець звітного періоду та відображених в балансі підприємства, яке видобуває корисні копалини. Теоретично-методологічні основи бухгалтерського обліку передбачають два можливих підходи до визначення поточної оцінки цих резервів – за амортизованою собівартістю та за справедливою вартістю. За першого підходу поточну величину досліджуваних резервів можна розрахувати як амортизацію їхньої нормативної оцінки з урахуванням фактичного обсягу добутих корисних копалин та загального планового обсягу їхнього видобутку з родовища (1):

$$ПРвкк = НОа + \frac{Оф}{Оп}, \quad (1)$$

де $ПРвкк$ – поточна величина резерву капіталу покриття витрат на відновлення природного середовища у зв'язку з видобуванням корисних копалин; $НОа$ – амортизована нормативна оцінка запасів корисних копалин; $Оф$ – фактичний обсяг видобутих корисних копалин станом на кінець звітного періоду; $Оп$ – загальний плановий обсяг видобутку запасів корисних копалин з родовища.

Застосовуючи другий підхід, який враховує вартість грошей в часі, поточну оцінку цих резервів розраховують шляхом дисконтування їх нормативної оцінки, тобто приведення її майбутньої вартості до теперішнього часу – дати балансу (2):

$$ПРвкк = \frac{НО}{(1 + D)^m}, \quad (2)$$

де $ПРвкк$ – поточна величина резерву капіталу покриття витрат на відновлення природного середовища у зв'язку з видобуванням корисних копалин; $НО$ – нормативна оцінка резерву капіталу покриття витрат на відновлення природного середовища у зв'язку з видобуванням корисних копалин; D – величина ставки дисконту, T – кількість років, які залишились до завершення розроблення родовища корисних копалин та початку проведення заходів з відновлення природного середовища.

В імперативних документах зі стандартизації бухгалтерського обліку та фінансової звітності категорія резервів фактично трансформована у категорію забезпечень (відмінності між цими категоріями детально розглянуті у [11]). НП(С)БО 11 «Зобов'язання» [12] розглядає забезпечення як довготермінові зобов'язання з невизначеною сумою чи часом погашення і встановлює необхідність відображення цих зобов'язань у балансі за їх теперішньою вартістю, яка є дисконтованою сумою майбутніх платежів для їхнього погашення. Однак, ця імперативна норма щодо застосування методик дисконтування вартості майбутніх платежів для оцінювання величини резервів капіталу покриття витрат на відновлення природного середовища у зв'язку з видобуванням

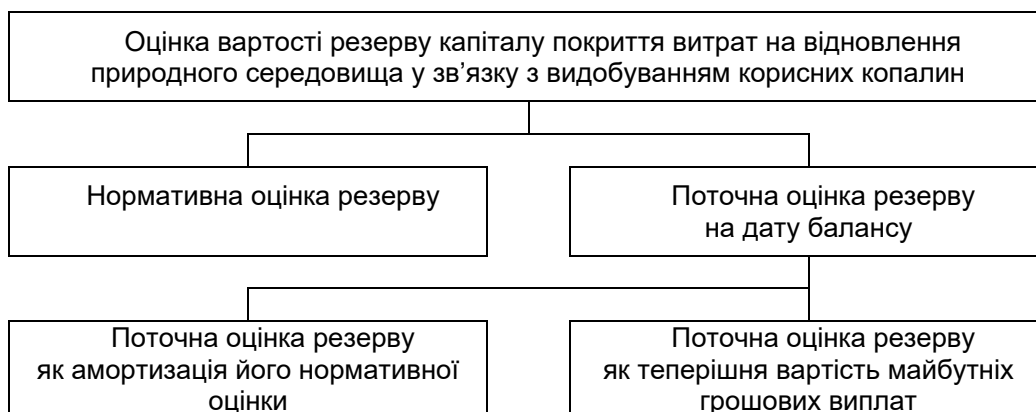


Рис. 1. Види оцінок вартості резерву капіталу покриття витрат на відновлення природного середовища у зв'язку з видобуванням корисних копалин та підходів до їхнього визначення

Джерело: авторська розробка

корисних копалин ускладнена декількома проблемами, які знижують рівень достовірності поточної оцінки цих резервів, зокрема:

– вищезазначеною проблемою визначення нормативної оцінки цих резервів, яка зрештою існуватиме за будь-якого підходу оцінювання поточної вартості резерву, тобто є нерелевантною щодо вибору підходу оцінювання, але релевантною щодо розкриття інформації у фінансовій звітності, насамперед, в балансі;

– труднощами обґрунтування і встановлення адекватної величини ставки дисконту, особливо за кризових умов економіки та високих темпів інфляції.

Дискусійним також є положення п.17 НП(С)БО 11 [12], де встановлено, що після завершення робіт з демонтажу, переміщення об'єктів основних засобів та приведення земельної ділянки, на якій вони розташовані, у стан, придатний для подальшого використання, залишок (недостатність) забезпечення на відновлення земельних ділянок визнається іншим операційним доходом (або іншими операційними витратами). Іншої думки дотримуються В. Орлова та С. Кафка, які пропонують на дату складання балансу списувати різницю між дисконтованою теперішньою величиною резерву на фінансові витрати [13, с. 73–75]. Проте, таку позицію можна вважати суперечливою, оскільки досліджуваний вид резервів не пов'язаний з фінансовою діяльністю підприємства і не розглядається як фінансове зобов'язання.

Загалом, оцінювання резервів здійснюють на основі професійних суджень фінансових керівників підприємства, досвіду аналогічних операцій, а також висновку незалежних експертів. Вибір конкретного підходу до оцінювання кожного виду резервів, який формують в системі бухгалтерського обліку підприємства, має бути зафіксований у Наказі про облікову політику з детальним розкриттям методики обліку його нарахування і списання.

Висновки. Діяльність підприємств, яка пов'язана з розвідкою та оцінюванням запасів корисних копалин, викликає суспільний інтерес,

оскільки стосується споживання природних ресурсів загальносуспільного права власності та має значний негативний вплив на навколишнє середовище. Для покриття витрат, пов'язаних із завершенням проектів з видобування корисних копалин та відновленням природного середовища, обґрунтовано доцільність формування відповідних резервів капіталу.

Важливим і найпроблемнішим методичним прийомом бухгалтерського обліку резервів капіталу є їхнє оцінювання. На основі узагальнення теоретично-методологічних основ бухгалтерського обліку визначено два види оцінки вартості резервів капіталу покриття витрат на відновлення природного середовища у зв'язку з видобуванням корисних копалин – нормативну та поточну, а також обґрунтовано два підходи до визначення поточної оцінки цих резервів – за амортизованою собівартістю та за справедливою вартістю. За результатами аналізу імперативних документів зі стандартизації бухгалтерського обліку та фінансової звітності встановлено необхідність застосування підходу справедливої вартості за методом дисконтування майбутніх грошових потоків, попередня величина яких фактично співпадає з нормативною оцінкою досліджуваних резервів.

Бібліографічний список:

1. Конституція України. Основний Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text/>
2. Земельний Кодекс України. Закон України від 25.10.2001 № 2768-III / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14#Text/>
3. Бетге Й. Балансоведение / за ред. В. Д. Новодворского. Москва : Бухгалтерский учет, 2000. 356 с.
4. Верига Ю. А. Орищенко, М. М. Резервування капіталу: облік, аудит та звітність: монографія. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. 177
5. Воськало Н. М. Воськало, В. І. Проблеми формування та використання резервного капіталу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2009. № 657. С. 305–309.

6. Загородній А.Г., Партин Г.О. Обліково-аналітичне забезпечення менеджменту підприємства: монографія. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2022. 248 с.
7. Крупка Я. Д., Порохнавець Я. А. Облік і контроль у видобувних галузях: монографія. Тернопіль : Вид-во «Крок». 2019. 252 с.
8. Демська Ю. В., Пилипенко, Л. М. (2019). Організація і методика оцінювання резервів капіталу в бухгалтерському обліку. *Облік і фінанси*. Київ. № 1 (83). С. 63–70.
9. Міжнародний стандарт фінансової звітності 6 «Розвідка та оцінка запасів корисних копалин» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_k52#Text/
10. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 33 «Витрати на розвідку запасів корисних копалин». Наказ Міністерства фінансів України від 26.08.2008 р. № 1090. / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0844-08#Text/>
11. Демська Ю.В. Бухгалтерський облік та контроль резервів капіталу підприємств. Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 071 Облік і оподаткування. Національний університет «Львівська політехніка» Міністерства освіти і науки України. Львів. 2022.
12. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання». Наказ Міністерства фінансів України від 31.01.2000 р., № 20. / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00#Text>
13. Орлова В. К., Кафка С. М. Бухгалтерський облік на підприємствах нафтогазової промисловості: навчальний посібник. / За ред. В. К. Орлової, С. М. Кафки. Івано-Франківськ : Нова Зоря, 2013. 784 с.
14. Савчук Т. В. Концептуальні підходи до відображення витрат розвідки і оцінки корисних копалин видобувними підприємствами. *Науковий вісник ІФНТУНГ*. Івано-Франківськ, 2009. № 2 (20). С. 24–31.
15. Чижевська Л. В., Затока Т. В. Особливості обліку та звітності у видобувних галузях в умовах сталого розвитку. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. Житомир. 2021. Вип. 3 (50). С. 42–47.
16. Чучук Ю. В. Порядок обліку та розкриття у фінансовій звітності інформації про розвідку та оцінку запасів корисних копалин згідно з МСФЗ. *Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова*. Одеса. 2017. Т. 22. Вип. 4 (57). С. 141–145.
- Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and problems of development], vol. 657, pp. 305–309.
6. Zahorodniy A. H., Partyn H. O. (2022) *Oblikovo-analitychne zabezpechennya menedzhmentu pidpryyemstva: Monohrafiya* [Accounting and analytical support for enterprise management: Monograph]. Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoyi politekhniki [Lviv: Publishing House of Lviv Polytechnic].
7. Krupka Ya. D., Porokhnaveets Ya. A. (2019) *Oblik i kontrol u vydobuvnykh haluzyakh: Monohrafiya* [Accounting and control in extractive industries: Monograph]. Ternopil: Vydvo «Krok» [Ternopil. Krok publishing house]
8. Demska Yu. V., Pylypenko, L. M. (2019). *Orhanizatsiya i metodyka otsynyuvannya rezerviv kapitalu v bukhhalter'skomu obliku* [Organization and method of estimating capital reserves in accounting]. *Zhurnal «Oblik i finansy»* [Journal: Accounting and Finance] Kyiv, vol. 1 (83). pp 63–70.
9. *Rozvidka ta otsinka zapasiv korysnykh kopalyn: Mizhnarodnyy standart finansovoyi zvitnosti N6* [Exploration and Evaluation of Mineral Reserves: International Financial Reporting Standard N 6]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_k52#Text.
10. *10. Vytraty na rozvidku zapasiv korysnykh kopalyn: Natsionalne polozhennya (standart) bukhhalterskoho obliku N33*. Nakaz Ministerstva finansiv Ukrayiny vid 26 serpnia 2008 № 1090 [Expenses for the exploration of mineral reserves №33. National regulation (standard) of accounting Order of the Ministry of Finance of Ukraine, August 26, 2008 No. 1090]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0844-08#Text>
11. Demska Yu. (2022). *Bukhhalterskyi oblik ta kontrol rezerviv kapitalu pidpryyemstv* [Accounting and control of enterprises capital reserves]. Qualifying scientific work on the rights of the manuscript. The dissertation on competition for the degree of Doctor of Philosophy in speciality 071 Accounting and Taxation. Lviv Polytechnic National University, Ministry of Education and Science of Ukraine, Lviv. Available at: <https://lpnu.ua/sites/default/files/2022/radaphd/20338/demka-yuv-duser.pdf>.
12. *Zobov'yazannya. Natsionalne polozhennya (standart) bukhhalterskoho obliku N 116*: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrayiny vid 31 sichnya, 2000 № 20 [Liabilities. National regulation (standard) of accounting N 11. Order of the Ministry of Finance of Ukraine, January 31, 2000, No 20]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00#Text>.
13. Orlova V. K., Kafka S. M. (2013) *Bukhhalterskyi oblik na pidpryyemstvakh naftohazovoyi promyslovosti: navchalnyy posibnyk* [Accounting at enterprises of the oil and gas industry: a study guide] Ivano-Frankivsk: Nova Zorya.
14. Savchuk T. V. (2009) *Kontseptualni pidkhody do vidobrazhennya vytrat rozvidky i otsinky korysnykh kopalyn vydobuvnyimi pidpryyemstvamy* [Conceptual approaches to the display of costs of exploration and evaluation of minerals by mining enterprises]. *Naukovyy visnyk IFNTUNH*. Ivano-Frankivsk [IFNTUNG scientific bulletin. Ivano-Frankivsk], vol. 2 (20), pp. 24–31.
15. Chyzhevska L. V., Zatoka T. V. (2021) *Osoblyvosti obliku ta zvitnosti u vydobuvnykh haluzyakh v umovakh staloho rozvytku* [Peculiarities of accounting and reporting in extractive industries in conditions of sustainable development]. *Problemy teorii ta metodolohiyi bukhhalterskoho obliku, kontrolyu i analizu* [Problems of the theory and methodology of accounting, control and analysis]. Zhytomyr, vol. 3 (50), pp. 42–47.
16. Chuchuk Yu. V. (2017) *Poryadok obliku ta rozkryttya u finansoviyi zvitnosti informatsiyi pro rozvidku ta otsinku zapasiv korysnykh kopalyn z-hidno z MSFZ* [The procedure for accounting and disclosure in financial statements of information on exploration and evaluation of mineral reserves in accordance with IFRS]. *Visnyk ONU imeni I. I. Mechnykova* [Bulletin of ONU named after I. I. Mechnikova], vol. 22. Issue 4 (57), pp. 141–145.

References:

1. Konstyututsiya Ukrayiny: Osnovnyy Zakon Ukrayiny vid 28 chervnya 1996 № 54k/96-VR [Constitution of Ukraine. Basic Law of Ukraine, June 28, 1996 No. 254k/96-VR] Verkhovna Rada Ukrainy. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>.
2. Zemelnyy Kodeks Ukrayiny. Zakon Ukrayiny vid 25 zhovtnya 2001 № 2768-III. Verkhovna Rada Ukrayiny. [Land Code of Ukraine. Law of Ukraine. October 25, 2001 No. 2768-III] Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14#Text>.
3. Betge Y. (2000) *Balansovedeniye za red. V. D. Novodvorskogo* [Balance science]. Moscow : Bukhhalterskiy uchets [Accounting].
4. Veryha Yu.A., Oryshchenko M.M. (2011) *Rezervuvannya kapitalu: oblik, audyt ta zvitnist: Monohrafiya* [Capital reservation: accounting, auditing and reporting: Monograph] Poltava : RVV PUET.
5. Voskalo N. M., Voskalo V. I. (2009) *Problemy formuvannya ta vykorystannya rezervnoho kapitalu* [Problems of formation and use of reserve capital]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». Seriya: Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukrayini: etapy stanovlennya ta problemy rozvytku* [Bulletin of the Lviv Polytechnic National University. Series:

Коваленко О.В.

доктор економічних наук, професор,
Заслужений економіст України,
директор

Дніпропетровського науково-дослідного інституту судових експертиз

Паргаменко О.О.

судовий експерт
Запорізького відділення

Дніпропетровського науково-дослідного інституту судових експертиз

Kovalenko Olena

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Honored Economist of Ukraine, Director of the
Dnipropetrovsk Research Institute of Forensic Expertise

Parhamenko Olena

Forensic expert of the Zaporizhzhya branch of the
Dnipropetrovsk Research Institute of Forensic Expertise

АКТУАЛІЗАЦІЯ ЗАВДАНЬ СТЕЙХОЛДЕРІВ СУДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ЗБИТКІВ, ЗАВДАНИХ АГРЕСІЄЮ РФ

UPDATE OF THE TASKS OF THE STAKEHOLDERS OF THE FORENSIC ECONOMIC EXAMINATION REGARDING THE DETERMINATION OF DAMAGES CAUSED BY THE AGGRESSION OF THE RUSSIAN FEDERATION

У статті визначено актуальні завдання стейкхолдерів судової економічної експертизи щодо визначення збитків, завданих агресією РФ та з метою більш повного задоволення потреб держави, слідчої та судової практики щодо вирішення питань, які потребують застосування спеціальних знань, запропоновано розглянути питання щодо відкриття нової експертної спеціальності, а саме: Економічна експертиза заподіяної шкоди/завданих збитків (або – Економічна експертиза визначення розміру реальних збитків). Визначено орієнтовний перелік питань, які можуть бути розглянуті фахівцями цього профілю знань і компетенцій з урахуванням викликів, які постали перед професійним суспільством щодо визначення розміру збитків, завданих військовою агресією.

Ключові слова: розмір реальних збитків, судова економічна експертиза, військова агресія, документальне дослідження, фінансова звітність.

The article defines the actual tasks of the stakeholders of the forensic economic examination regarding the determination of damages caused by the aggression of the Russian Federation and with the aim of more fully satisfying the needs of the state, investigative and judicial practice in solving issues that require the application of special knowledge, it is suggested to consider the issue of opening a new expert specialty, namely: Economic examination of the damage caused/inflicted damages (or – Economic examination of the determination of the amount of real damages). An approximate list of issues that can be considered by specialists of this profile of knowledge and competences has been determined, taking into account the challenges that have arisen before the professional society regarding the determination of the amount of damage caused by military aggression. A full-scale war changed the priorities in the requests of society, the judiciary and law enforcement agencies regarding certain tasks that arose before the expert. Numerous losses, destruction, the need for an urgent determination of the amount of costs for the restoration of property and property rights that have suffered a destructive impact as a result of armed aggression, make it necessary to provide a qualified answer from an expert on the question of determining the damage and the amount of losses that not only individual enterprises, but entire territories, regions with objects of industry, agriculture, construction, production infrastructure (trade, transport, communication), non-production infrastructure (service sector), electronic communications networks, etc. located on them. Economic examination,

related to the determination of the amount of real losses, solves issues that require special knowledge in the field of accounting and tax accounting, and economics, and the analysis of the economic activity of both the enterprise and the industry as a whole, and in modern conditions it is becoming more and more expedient and necessary. During the examination, regulatory and administrative acts and other documents regulating the procedure for the provision, distribution and use of funds, including funds from the state and local budgets, accounting, financial, tax documents and transactions are examined, statistical, financial, budgetary reports, documents and information of enterprises, institutions and organizations.

Keywords: *amount of real losses, forensic economic examination, military aggression, documentary research, financial reporting.*

Постановка проблеми. Відомий консультант із бізнес-стратегії Том Гілл зазначає, що «...стейкхолдерів завжди на одного більше, ніж Ви знаєте, а ті, яких Ви знаєте, мають, як мінімум, на одну потребу більше, ніж зараз відомо». Стейкхолдери судової експертизи – це організації, інститути, особи або групи осіб, які є фахівцями у цій сфері та можуть брати участь у розв'язанні проблеми чи реалізації рішення, а також зацікавлені сторони, які мають чітко визначені інтереси по відношенню до судової експертизи, що потрапляють під її вплив і впливають (або здатні вплинути) на її розвиток. До суб'єктів судово-експертної діяльності відносяться державні спеціалізовані установи; експертні установи комунальної форми власності; судові експерти, які не є працівниками вищезазначених установ; інші фахівці (експерти) з відповідних галузей знань у порядку та на умовах, визначених Законом України «Про судову експертизу» [1]. Основними аспектами діяльності науково-дослідних установ судових експертиз Міністерства юстиції України (НДУСЕ) є судово-експертна, наукова і науково-методична діяльність, що спрямована на підвищення ефективності наукових досліджень у галузі теорії та практики судової експертизи та криміналістики. Значну кількість судових експертиз становить судова економічна експертиза, перед якою постали нові виклики щодо визначення розміру збитків, пов'язаних з військовою агресією Російської Федерації проти України, що обумовило вибір теми дослідження.

Повномасштабна війна змінила пріоритети у запитах суспільства, судових та правоохоронних органів щодо певних завдань, які повстали перед експертом. Численні втрати, руйнування, необхідність термінового визначення обсягу витрат на відновлення майна та майнових прав, що зазнали руйнівного впливу внаслідок збройної агресії, обумовлюють необхідність надання кваліфікованої відповіді експерта з питання щодо визначення шкоди та розміру збитків, від яких потерпають не тільки окремі підприємства, але цілі території, регіони з розташованими на них об'єктами промисловості, сільського господарства, будівництва, виробничої інфраструктури (торгівля, транспорт, зв'язок), невиробничої інфраструктури (сфера послуг), мережами електронних комунікацій тощо.

Указом Президента України від 24.02.2022 № 64 «Про введення воєнного стану в Україні» у зв'язку з військовою агресією Російської Федерації проти України, на підставі пропозиції Ради національної безпеки і оборони України, відповідно до пункту 20 частини першої статті 106 Конститу-

ції України, Закону України «Про правовий режим воєнного стану», постановлено ввести в Україні воєнний стан із 05 години 30 хвилин 24 лютого 2022 року [2]. У зв'язку з продовженням воєнного стану, веденням бойових дій та тимчасової окупації на певних територіях держави, відсутня достовірна узагальнена інформація щодо втрат у сфері національного господарства. Жоден з існуючих нормативно-правових актів не враховує особливості діяльності у такій ситуації. Разом з тим, достовірна інформація щодо реального розміру заподіяної агресором шкоди та обсягу збитків, завданих підприємствам, установам та організаціям усіх форм власності та оцінки потреб у відновленні внаслідок знищення та пошкодження їх майна, необхідна державі вже зараз. Тому, на виконання пункту 2 Постанови Кабінету Міністрів України від 20.03.2022 № 326 «Про затвердження Порядку визначення шкоди та збитків, завданих Україні внаслідок збройної агресії Російської Федерації» (далі – Постанова 326, Порядок 326), міністерствам, іншим центральним та місцевим органам виконавчої влади доручено розробити і затвердити відповідні методики, передбачені Порядком 326 [3]. Робота з цього напрямку розпочата та триває.

Наказом Міністерства економіки України спільно з Фондом державного майна України від 18.10.2022 № 3904/1223 затверджено Методику визначення шкоди та обсягу збитків, завданих підприємствам, установам та організаціям усіх форм власності внаслідок знищення та пошкодження їх майна у зв'язку із збройною агресією Російської Федерації, а також упущеної вигоди від неможливості чи перешкод у провадженні господарської діяльності (далі – Методика) [4]. Вважається, що саме ця Методика повинна враховувати всю специфіку діяльності суб'єктів господарювання у сфері національного господарства України, розрахована допомогти визначити шкоду та обсяг збитків, завданих підприємствам, установам та організаціям усіх форм власності всіх галузей економіки. Методика передбачає механізми визначення розміру збитків, завданих підприємствам, установам та організаціям та іншим суб'єктам господарювання усіх форм власності внаслідок збройної агресії, визначення розміру упущеної вигоди від неможливості чи перешкод у провадженні господарської діяльності зазначеними суб'єктами господарювання, а також визначення потреб у відновленні майна суб'єктів господарювання. Результат проведення оцінки збитків має вартісний вираз. Оцінка шкоди та збитків, що про-

водиться відповідно до Методики, здійснюється для досягнення таких цілей: визначення збитків, завданих внаслідок збройної агресії Російської Федерації, в межах кримінальних проваджень за законодавством України; визначення збитків, завданих внаслідок збройної агресії Російської Федерації, для цілей подання постраждалими заяв на компенсацію; визначення збитків, завданих внаслідок збройної агресії Російської Федерації, для цілей подання позовів (в тому числі колективних) постраждалими до міжнародних судових інстанцій, а також подання позову Державою Україна до міжнародних судових інстанцій; інші цілі, визначені законодавством. Метою оцінки збитків (у вартісному виразі), згідно із Методикою, є: визначення розміру реальних збитків; визначення упущеної вигоди; визначення витрат, необхідних для відновлення майна та майнових прав, що зазнали руйнівного впливу внаслідок збройної агресії. Судова експертиза, що пов'язана з оцінкою збитків (визначенням розміру збитків у вартісному виразі), призначається (доручається) відповідно до вимог Закону України «Про судову експертизу» та відповідного процесуального законодавства. Експертне дослідження, що пов'язане з оцінкою збитків (визначенням розміру збитків у вартісному виразі), призначається (доручається) відповідно до вимог законодавства [4]. Висновок експерта складається судовим експертом з дотриманням вимог статті 4 Закону України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні», Закону України «Про судову експертизу», відповідного процесуального законодавства. У дослідницькій частині висновку експерта відображаються всі процедури, пов'язані з оцінкою збитків, що визначені цією Методикою [4]. Існуючі механізми фіксації та оцінки збитків також потребують вдосконалення, і, як наслідок, зосередженого експертного дослідження.

Отже, економічна експертиза, під час вирішення питань, пов'язаних з оцінкою (визначення розміру) реальних збитків, які вимагають спеціальних знань у галузі бухгалтерського та податкового обліку, економіки, аналізу і фінансового контролю, в сучасних умовах стає дедалі необхіднішою. Внаслідок цього повстало гостре питання достатності фахівців, які в тій чи іншій ситуації зможуть швидко і професійно провести експертне дослідження, оцінити розмір шкоди, збитків, завданих регіону в цілому, громаді в цілому, галузям, секторам національної економіки, окремим економічним районам тощо. Тобто, ці два фактори, необхідність проведення оперативної кваліфікованої експертизи і, водночас, недостатність фахівців, що спеціалізуються саме на оцінці і дослідженні завданих збитків на рівні галузі, сектору національної економіки, регіону, окремим економічним районам, громадам, на наше переконання, можуть бути суттєвим бар'єром для держави і суб'єктів господарювання при визначенні витрат, необхідних для поновлення діяльності об'єктів промисловості, сільського господарства, інфраструктури, бізнесу, що потерпіли внаслідок дій агресора. Також, термі-

ново необхідні затверджені нормативно-правовими актами механізми кваліфікованої підготовки фахівців з відповідного напрямку експертизи, що враховує особливості діяльності у цій сфері. Саме експертизи заподіяної шкоди/завданих збитків.

Таким чином, з метою більш повного задоволення потреб держави, слідчої та судової практики щодо вирішення питань, які потребують застосування спеціальних знань, пропонуємо розглянути питання щодо відкриття нової експертної спеціальності, а саме: Економічна експертиза заподіяної шкоди/завданих збитків (або – Економічна експертиза визначення розміру реальних збитків); Вид судової експертизи: Економічна; Індекс експертної спеціальності: 11.4; Вид експертної спеціальності: Дослідження, пов'язані з визначенням розміру збитків.

Отже, мета створення спеціальності: запровадження сучасного вдосконаленого механізму визначення розміру заподіяної шкоди, реальних збитків, упущеної вигоди та оцінки потреб у відновленні підприємствам, установам та організаціям і іншим суб'єктам господарювання усіх форм власності, територіям, громадам, регіонам, галузям та секторам національної економіки, державі, розробленого на підставі національних та міжнародних стандартів оцінки, шляхом проведення судової експертизи (експертного дослідження) в межах кримінальних проваджень за законодавством України. Сфера застосування: застосовується під час визначення розміру реальних збитків, завданих підприємствам, установам та організаціям і іншим суб'єктам господарювання усіх форм власності, територіям, громадам, регіонам, галузям, секторам національної економіки, державі внаслідок втрати, руйнування або пошкодження їх майна у зв'язку зі збройною агресією РФ, визначення розміру упущеної вигоди від неможливості чи перешкод у провадженні господарської діяльності зазначеними суб'єктами господарювання, а також оцінки потреб у відновленні майна суб'єктів господарювання. Крім того, до сфери застосування спеціальності слід відносити визначення розміру збитків, заподіяних суб'єкту господарювання, при розслідуванні економічних злочинів, внаслідок надзвичайних ситуацій, викликаних стихійними лихами, тощо. Метою дослідження збитків є: визначення розміру реальних збитків; визначення упущеної вигоди; визначення витрат, необхідних для відновлення майна та майнових прав, що зазнали руйнівного впливу внаслідок збройної агресії. Ціль оцінки збитків: завдання, що вирішує експерт при проведенні експертного дослідження – визначення розміру нанесених збитків державі, галузі, територіальній громаді або суб'єкту господарювання для цілей: подання постраждалими заяв на компенсацію; подання позовів (в тому числі колективних) постраждалими до міжнародних судових інстанцій; подання позову Державою Україна до міжнародних судових інстанцій; забезпечення захисту прав потерпілих від агресії на нерухомість та бізнес гарантії, дотримання механізму оперативного відшкодування державою завданої їм

шкоди; забезпечення захисту прав та інтересів України під час урегулювання спорів, розгляду у закордонних юрисдикційних органах справ за участю іноземного суб'єкта та України; інші цілі, визначені законодавством.

Предметом судової експертизи визначення розміру реальних збитків є фактичні дані, щодо стану і результатів завданих втрат суб'єктам економічних відносин, та визначається завданнями, поставленими перед нею, змістом питань, які вона вирішує у правоохоронній та судовій діяльності. До предмету експертного дослідження розміру реальних збитків відносяться: економічні втрати, пов'язані з людськими втратами, – напрям, що включає непрямі економічні втрати, пов'язані із зменшенням чисельності населення та відповідного зменшення економічних показників країни; втрати валового внутрішнього продукту через загибель людей, інвалідність осіб, які стали особами з інвалідністю внаслідок поранення, контузії, каліцтва або захворювання, одержаних внаслідок збройної агресії РФ; втрати підприємств усіх форм власності внаслідок знищення та пошкодження їх майна, а також упущену вигоду від неможливості чи перешкод у провадженні господарської діяльності. Основні показники, які оцінюються щодо підприємств державної та недержавної форм власності: вартість втраченого, знищеного чи пошкодженого майна; упущена вигода; втрати від неоплачених товарів, робіт та послуг, наданих та спожитих на тимчасово окупованих територіях.

Під об'єктом економічної експертизи (експертного дослідження), що пов'язана з визначенням розміру збитків, слід розуміти, на наш погляд, матеріальні предмети (документи), явища і процеси, визначені кримінально – процесуальним та цивільно-процесуальним законодавством джерела інформації – матеріали кримінальної або цивільної справи. Об'єктом експертного дослідження є документація та інша інформація (наприклад, відомості про первинну (попередні) експертизу (експертизи)), яка є необхідною або має суттєве значення для проведення дослідження, а також надані для порівняльного дослідження зразки. Орієнтовні переліки документів, які відносяться до вихідних даних, що використовуються під час визначення розміру збитків, та документів, що підтверджують те, що втрата, руйнування або знищення майна відбулась внаслідок збройної агресії, визначені у додатку 1 до Методики 326, та є невичерпними. Такими документами, зокрема, є: документи, в яких містяться характеристики майна, що підлягає оцінці, у тому числі ті, що містяться в державних реєстрах або реєстрах органів місцевого самоврядування та документи, які складені відповідними комісіями під час огляду об'єкту збитку, які ґрунтуються на судженнях (свідченнях) членів комісій; документи, що підтверджують дійсний вік майна – визначений на дату оцінки період часу існування майна, за умови належного рівня його утримання й експлуатації, своєчасного виконання робіт з технічного обслуговування та з поточного ремонту (заміни) окремих елементів

об'єкта; документи щодо залишкової вартості заміщення (відтворення) об'єкта оцінки – вартості заміщення (відтворення) за вирахуванням усіх видів зносу (для нерухомого майна – з урахуванням ринкової вартості земельної ділянки при її існуючому використанні (прав, пов'язаних із земельною ділянкою); звіт про оцінку збитків – документ, що є результатом незалежної оцінки збитків, проведеної суб'єктом оціночної діяльності; результати огляду об'єкта оцінки, що здійснений, зокрема, із використанням технічних засобів та інформаційних джерел (фотоматеріали, відеоматеріали, дані дистанційного зондування землі та їх похідні продукти, аналітика соціальних мереж, існуюча публічна інформація та інше); ринкові дані, які застосовуються під час проведення дослідження збитків: інформація про угоди купівлі-продажу подібного до об'єкта дослідження майна, ринкові ціни на подібне майно тощо; інформація з інших актів (звітів, висновків експертів), складених за результатами дослідження збитків; інші інформаційні джерела, які можуть бути застосовані під час експертизи.

Під час визначення розміру збитків необхідним є отримання документу, що підтверджує те, що втрата, руйнування або знищення майна відбулась внаслідок збройної агресії: акт про пожежу; акт на виконання робіт з очищення місцевості від вибухонебезпечних предметів розмінування; документи, які фіксують пошкодження, руйнування, знищення або втрату майна, складені уповноваженими органами (комісіями); звіт про обстеження (акт обстеження), складений особами визначеними Порядком проведення обстеження прийнятих в експлуатацію об'єктів будівництва, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 12 квітня 2017 р. № 257 (далі – Порядок 257) [5]; акти обстеження пошкодження, руйнування, знищення або втрату майна, складені експертами Торгово – промислової Палати України, фахівцями, що працюють в суб'єкті господарювання, іншими фахівцями, експертами, суб'єктами оціночної діяльності; протокол огляду місця події, складений органом досудового розслідування, прокурором, ознайомлення з яким здійснюється в порядку, установленому КПК України; інше. Крім того, до переліку документів, що можуть використовуватися під час дослідження збитків, включають: правовстановлюючий документ на об'єкт: договір купівлі-продажу; свідоцтво про право власності; свідоцтво про право на спадщину; договір дарування; витяг з державного реєстру речових прав тощо; державний акт на право власності на земельну ділянку; фінансова звітність, баланс підприємства, матеріали інвентаризації тощо; господарські договори та контракти, інші правочини (за наявності); звіт (акт) про обстеження пошкоджених та(або) знищених об'єктів після завдання шкоди, з рекомендаціями щодо подальшої експлуатації, складений відповідно до Порядку проведення обстеження прийнятих в експлуатацію об'єктів будівництва, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 12 квітня 2017 р. № 257; документи, що ха-

рактризують технічний стан об'єкту: документи з технічної інвентаризації (технічний паспорт тощо); технічний паспорт на рухоме майно; звіт про обстеження об'єкта нерухомості або акт обстеження, складений відповідно до Порядку 257; акт введення основних засобів в експлуатацію; документи, які підтверджують витрати на відновлення об'єкта, пошкодженого внаслідок збройної агресії: проектно-кошторисна документація; проекти розвитку житлово-комунальної інфраструктури; рахунок-фактура, фіскальний чек та інший документ, що підтверджує необхідні витрати на відновлення пошкоджень; інше. Під час проведення експертизи досліджуються нормативно-правові, розпорядчі акти та інші документи, що регулюють порядок надання, розподілу та використання коштів, бухгалтерські, фінансові, податкові документи і операції, проводиться аналіз статистичної, фінансової, бюджетної звітності, документів та інформації підприємств, установ та організацій.

Висновки. Виклики часу свідчать, що з'явилися об'єкти, визначення вартості яких і розмірів збитків вимагає від експертів-економістів розширеної професійної компетенції або ж проведення комплексних досліджень спільно з експертами інших спеціальностей: інженерами, технологами, товаровознавцями і т. д. Отже, економічна експертиза, пов'язана з визначення розміру реальних збитків, вирішує питання, які вимагають спеціальних знань у галузі і бухгалтерського та податкового обліку, і економіки, і аналізу економічної діяльності як підприємства так і галузі у цілому, та в сучасних умовах стає дедалі доцільнішою й необхідною. Перелік питань за програмою підготовки експертів із експертної спеціальності «Економічна експертиза заподіяної шкоди/завданих збитків» включає як теоретичні, організаційні і процесуальні питання судової експертизи, так і специфічні питання, які потребують знань суто сфери зазначеної експертної спеціальності. Орієнтовний перелік питань, які поставлено на вирішення експертизи визначення розміру заподіяної шкоди, реальних збитків, упущеної вигоди та оцінки потреб у відновленні втраченого майна: Чи підтверджується документально факт, що втрата, руйнування або знищення майна відбулась внаслідок збройної агресії? Чи підтверджується документально нестача основних засобів, товарно-матеріальних цінностей, встановлена за актом інвентаризації на підприємстві, в установі, в організації, у розмірі (зазначаються кількісні та вартісні показники) на дату (зазначається дата) внаслідок збройної агресії? Чи підтверджується документально достовірність даних бухгалтерського обліку щодо залишків товару, станом на дату призупинення діяльності підприємства (наприклад, 24.02.2022 року) внаслідок збройної агресії? Чи підтверджується достовірність даних документів, які підтверджують витрати на відновлення об'єкта, пошкодженого внаслідок збройної агресії (проектно-кошторисна документація; проекти розвитку житлово-комунальної інфраструктури; накладні, фіскальні чеки та інші документи, що підтверджують необхідні витрати

на відновлення пошкоджень)? Чи підтверджуються розрахунки суми витрат, які необхідні для відновлення інфраструктури станом на дату подання заяви внаслідок збройної агресії? Чи підтверджуються розрахунки суми витрат на виконання робіт з відновлення інфраструктури внаслідок збройної агресії? Чи підтверджуються розрахунки розміру пошкодження, руйнації чи знищення інфраструктури чи її складових (у т.ч. об'єктів незавершеного будівництва), які підтверджені власником, внаслідок збройної агресії? Чи підтверджуються розрахунки витрат на оплату робіт з демонтажу зруйнованих або пошкоджених об'єктів інфраструктури, яка визначена за ціною відповідного договору внаслідок збройної агресії?, тощо.

Під час проведення експертизи досліджуються нормативно-правові, розпорядчі акти та інші документи, що регулюють порядок надання, розподілу та використання коштів, в тому числі коштів державного і місцевого бюджетів, бухгалтерські, фінансові, податкові документи і операції, проводиться аналіз статистичної, фінансової, бюджетної звітності, документів та інформації підприємств, установ та організацій. Збитки в бухгалтерському обліку відображаються відповідно до Положень (Стандартів) бухгалтерського обліку, затверджених Міністерством фінансів України, або Міжнародних стандартів фінансової звітності, в залежності від того, яку концептуальну основу використовує підприємство для звітування.

Бібліографічний список:

1. Закон України «Про судову експертизу. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4038-12#Text>.
2. Указ Президента України від 24.02.2022 № 64 «Про введення воєнного стану в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 20.03.2022 № 326 «Про затвердження Порядку визначення шкоди та збитків, завданих Україні внаслідок збройної агресії Російської Федерації». URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.
4. Наказ Міністерства економіки України спільно з Фондом державного майна України від 18.10.2022 № 3904/1223 «Про затвердження Методики визначення шкоди та обсягу збитків, завданих підприємствам, установам та організаціям усіх форм власності внаслідок знищення та пошкодження їх майна у зв'язку із збройною агресією Російської Федерації, а також упущеної вигоди від неможливості чи перешкод у провадженні господарської діяльності». URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України від 12 квітня 2017 р. № 257 «Про затвердження Порядку проведення обстеження прийнятих в експлуатацію об'єктів будівництва». URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.
6. Наказ Міністерства юстиції України від 08.10.1998 р. № 53/5 «Про затвердження Інструкції про призначення та проведення судових експертиз та експертних досліджень та Науково-методичних рекомендацій з питань підготовки та призначення судових експертиз та експертних досліджень». URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.

References:

1. Zakon Ukrainy «Pro sudovu ekspertyzu [Law of Ukraine "On forensic examination"]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4038-12#Text>.
2. Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 24.02.2022 № 64 «Pro vvedennia voiennoho stanu v Ukraini» [Decree of the Pres-

- ident of Ukraine dated February 24, 2022 No. 64 "On the introduction of martial law in Ukraine"]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua>.
3. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 20.03.2022 № 326 «Pro zatverdzhennia Poriadku vyznachennia shkody ta zbytkiv, zavdanykh Ukraini vnaslidok zbroinoi ahresii Rosiiskoi Federatsii» [Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated March 20, 2022 No. 326 "On approval of the Procedure for determining damage and losses caused to Ukraine as a result of the armed aggression of the Russian Federation"]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua>.
 4. Nakaz Ministerstva ekonomiky Ukrainy spilno z Fondom derzhavnoho maina Ukrainy vid 18.10.2022 № 3904/1223 «Pro zatverdzhennia Metodyky vyznachennia shkody ta obsiahu zbytkiv, zavdanykh pidpriemstvam, ustanovam ta orhanizatsiiam usikh form vlasnosti vnaslidok znyshchennia ta poshkodzhennia yikh maina u zviazku iz zbroinoiu ahresiieiu Rosiiskoi Federatsii, a takozh upushchenoi vyhody vid nemozhlyvosti chy pereshkod u provadzhenni hospodarskoi diialnosti» [Order of the Ministry of Economy of Ukraine jointly with the State Property Fund of Ukraine dated 18.10.2022 No. 3904/1223 "On the approval of the Methodology for determining the damage and amount of damage caused to enterprises, institutions and organiza-
 - tions of all forms of ownership as a result of the destruction and damage to their property in connection with armed aggression of the Russian Federation, as well as lost profits from the impossibility or obstacles in the conduct of economic activity"]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua>.
 5. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 12 kvitnia 2017 r. № 257 «Pro zatverdzhennia Poriadku provedennia obstezhennia pryiniatykh v ekspluatatsiiu ob'ektiv budivnytstva» [Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated April 12, 2017 No. 257 "On approval of the Procedure for the inspection of construction objects put into operation"]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua>.
 6. Nakaz Ministerstva yustytzii Ukrainy vid 08.10.1998 r. № 53/5 «Pro zatverdzhennia Instruksii pro pryznachennia ta provedennia sudovykh ekspertyz ta ekspertykh doslidzhen ta Naukovo-metodychnykh rekomendatsii z pytan pidhotovky ta pryznachennia sudovykh ekspertyz ta ekspertykh doslidzhen» [Order of the Ministry of Justice of Ukraine dated 08.10.1998 No. 53/5 "On the approval of the Instructions on the appointment and conduct of forensic examinations and expert studies and Scientific and methodological recommendations on the preparation and appointment of forensic examinations and expert studies"]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua>.

НОТАТКИ